

**PENGARUH VARIABEL *PERSONAL ATTITUDE*, *SUBJECTIVE NORM* DAN
PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA**
(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Brawijaya)

Disusun Oleh :
Yan Cahya Permana Putra
125020202111005

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih
Derajat Sarjana Ekonomi



**KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
2018**



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini , saya :

N a m a : Yan Cahya Permana Putra
Tempat/Tgl. Lahir : Mojokerto / 01-07-1994
Nomor Induk : 125020202111005
Jurusan : S-1 Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran (Marketing)
Alamat : Jl Karya Timur Gg Wonosari No. 12 Blimbing, Malang

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa **SKRIPSI** berjudul : **PENGARUH VARIABEL PERSONAL ATTITUDE, SUBJECTIVE NORM DAN PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA** (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya)

yang saya tulis adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat atau saduran dari Skripsi orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabutnya predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

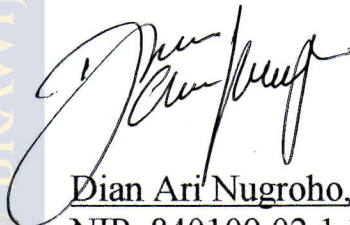
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

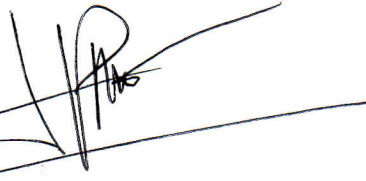
Malang,

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Yang membuat pernyataan




Dian Ari Nugroho, SE., MM.
NIP. 840109 02 1 1 0121


Yan Cahya Permana Putra
NIM. 125020202111005

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**“PENGARUH VARIABEL *PERSONAL ATTITUDE*, *SUBJECTIVE NORM*
DAN PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL TERHADAP INTENSI
BERWIRAUSAHA (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas
Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya)”**

Yang disusun oleh :

Nama : Yan Cahya Permana Putra
NIM : 125020202111005
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Disetujui untuk diajukan dalam ujian komprehensif.

Dosen Pembimbing,

KPS.S1 Manajemen

Dian Ari Nugroho, SE., MM.
NIP. 840109 02 1 1 0121

Dr. Siti Aisjah, SE.,MS.,CSRS.,CFP
NIP.19601111 198601 2 001

RIWAYAT HIDUP

Nama : Yan Cahya Permana Putra
 Tempat & tanggal lahir : Mojokerto, 1 Juli 1994
 Jenis kelamin : Laki- Laki
 Agama : Islam
 Alamat : Jl. MT Haryono No. 348A Kel. Dinoyo
 Kec. Lowokwaru, Malang

Riwayat Pendidikan

1. TK Darma Wanita, 1998 - 1999
2. SD Negeri 1 Bangsal, 2000 - 2006
3. SMP Negeri 1 Mojoanyar, 2006 - 2009
4. SMA Negeri 1 Mojosari, 2009-2012
5. Terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, 2012

Pengalaman Organisasi

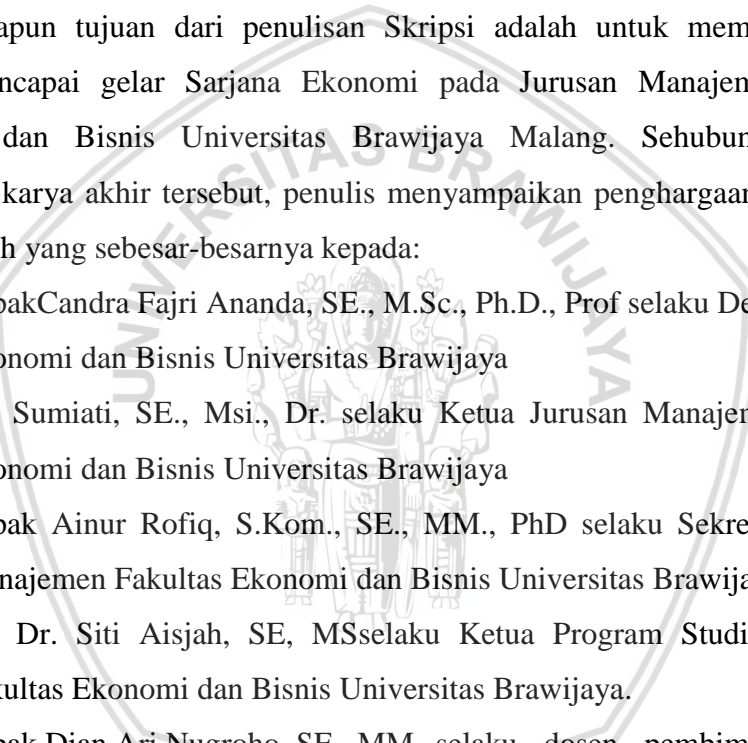
- Staff Aktif Departemen Penelitian dan Pengembangan HMJM FEB UB 2013
- Anggota UKM Karate Universitas Brawijaya
- Staff Aktif Departemen Kewirausahaan HMJM FEB UB 2014

Pengalaman Kerja

1. Staff Magang di Petro Kimia Gresik, Dep. Distribusi wilayah II 2016
2. Tutor mata kuliah Operation Research di Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya 2016

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan Kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH VARIABEL *PERSONAL ATTITUDE, SUBJECTIVE NORM* DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA**

(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya)”.


Adapun tujuan dari penulisan Skripsi adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Sehubungan dengan selesainya karya akhir tersebut, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Candra Fajri Ananda, SE., M.Sc., Ph.D., Prof selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
2. Ibu Sumiati, SE., Msi., Dr. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
3. Bapak Ainur Rofiq, S.Kom., SE., MM., PhD selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
4. Ibu Dr. Siti Aisjah, SE, MS selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
5. Bapak Dian Ari Nugroho, SE., MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang berkenan penuh kesabaran telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan, arahan serta masukan untuk kesempurnaan hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
6. Bapak Dr. Agung Yuniarto, SE., Ms sebagai dosen penguji I yang telah memberikan kritik dan saran, sehingga skripsi ini menjadi baik.
7. Bapak Dr. Fatchur Rohman, SE., Msi., CSM sebagai dosen penguji II yang telah memberikan kritik dan saran, sehingga skripsi ini menjadi baik.
8. Dan semua pihak yang banyak membantu namun tidak dapat saya sebut satu per satu.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu saran serta kritik yang membangun sangat kami harapkan. Semoga karya akhir ini dapat bermanfaat bagi kita sernua.

Malang, Juli 2018

Penulis



DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	i
Riwayat Hidup Penulis	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Daftar Gambar	vii
Daftar Tabel	viii
Abstraksi	ix

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Perilaku	18
2.2.1. Pengertian Perilaku	18
2.2.2. Bentuk Perilaku	18
2.2.3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku	19
2.2.4. Cara Membentuk Suatu Perilaku	20
2.3. Theory Planned Behavior	22
2.3.1. Sikap (Personal Attitude).....	24
2.3.2. Norma Subjektif (Subjective Norm).....	29
2.3.3. Kontrol Persepsi Perilaku (Perceived Behavioral Control).....	30
2.4. Intensi.....	32
2.5. Wirausaha	32
2.5.1. Pengertian Wirausaha	32
2.5.2. Wirausaha Muda.....	37
2.5.3. Manfaat Berwirausaha.....	38
2.6. Dinamika.....	40
2.6.1. Dinamika Sikap terhadap Intensi.....	40
2.6.2. Dinamika Norma Subjektif terhadap Intensi	41
2.6.1. Dinamika Kontrol Persepsi Perilaku terhadap Intensi.....	42
2.7. Kerangka Pemikiran.....	43
2.8. Hipotesis	45

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	47
3.2. Lokasi.....	48
3.3. Populasi dan Sampel	48
3.3.1. Populasi	48
3.3.2. Sampel	49

3.4. Data Penelitian	50
3.4.1. Jenis Data.....	50
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data	51
3.5. Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	52
3.5.1. Definisi Operasional Variabel	52
3.5.2. Skala Pengukuran	55
3.6. Teknik Analisis Data.....	56
3.7. Metode Pengujian Instrumen Penelitian.....	57
3.7.1. Uji Validitas.....	57
3.7.2. Uji Reabilitas	57
3.8. Uji Asumsi Klasik	58
3.8.1. Uji Normalitas	58
3.8.2. Uji Multikolinearitas	59
3.8.3. Uji Heteroskedastisitas	59
3.8.4. Uji Linieritas.....	61
3.9. Analisis Regresi Berganda	61
3.10. Uji Ketepatan Model (Goodness of Fit)	63
3.11. Pengujian Hipotesis.....	63
3.11.1. Uji t.....	63
3.11.2. Uji Dominan	64
3.11.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Universitas Brawijaya.....	66
4.1.1. Profil Universitas Brawijaya	66
4.1.2. Visi dan Misi Universitas Brawijaya.....	67
4.1.3. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.....	69
4.1.4. Profil Jurusan Manajemen Universitas Brawijaya	70
4.2. Karakteristik Responden	74
4.2.1. Hasil Penyebaran Kuisioner	74
4.2.2. Karakteristik Responden.....	76
4.3. Gambaran Variabel yang Diteliti	79
4.3.1. Distribusi Frekuensi Variabel Personal Attitude (X_1).....	79
4.3.2. Distribusi Frekuensi Variabel Subjective Norm (X_2)	81
4.3.3. Distribusi Frekuensi Variabel Perceived Behavioral Control (X_3)	82
4.3.4. Distribusi Frekuensi Variabel Intensi Berwirausaha (Y).....	83
4.4. Hasil Uji Instrumen Penelitian	85
4.4.1. Hasil Uji Validitas	85
4.4.2. Hasil Uji Realibilitas	88
4.5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	89
4.5.1. Hasil Uji Normalitas	90
4.5.2. Hasil Uji Multikolinieritas.....	91
4.5.3. Hasil Uji Linieritas	92
4.5.4. Hasil Uji Linearitas Heterokedatisitas	93
4.6. Hasil Uji Hepotesis.....	95
4.6.1. Persamaan Regresi.....	96
4.6.2. Koefisien Determinasi (R^2).....	98

4.6.3. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (t test / Parsial).....	99
4.6.4. Hasil Uji Dominan.....	101
4.6.5. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F/ANOVA).....	103
4.7. Pembahasan Hasil Penelitian	105
4.7.1. Pengaruh Signifikan Antara Variabel Personal Attitude Terhadap Variabel Intensi Berwirausaha.....	105
4.7.2. Pengaruh Signifikan Antara Variabel Subjective Norm Terhadap Variabel Intensi Berwirausaha	107
4.7.3. Pengaruh Signifikan Antara Variabel Perceived Behavioral Control Terhadap Variabel Intensi Berwirausaha	108
4.7.4. Pengaruh Signifikan Antara Variabel Personal Attitude, Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control Secara Simultan Terhadap Variabel Intensi Berwirausaha.....	109
4.7.5. Variabel Personal Attitude Berpengaruh Paling Dominan Terhadap Variabel Intensi Berwirausaha.....	109
4.8. Implikasi Hasil Penelitian	111
BAB V KESIMPULAN	
5.1. Kesimpulan	112
5.2. Saran.....	113
Daftar Pustaka	116
Lampiran	121

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Hal
1.1	Pengangguran Terbuka Lulusan Diploma dan Sarjana	2
2.1	Model Theory Planed Behaviour (TPB)	22
2.2	Model Kerangka Pemikiran	43
2.3	Model Hipotesis Penelitian	45
4.1	Uji Normalitas	87
4.2	Uji Heteroskedastisitas	91

DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Hal
2.1	Penelitian Terdahulu	14
3.1	Indikator Variabel- Variabel dalam Model.....	51
3.2	Arti Jawaban Respoden Berdasarkan Rata-Rata.....	53
4.1	Data Hasil Penyebaran Kuisisioner	73
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	75
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha Yang Dimiliki	76
4.6	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Personal Attitude</i> (X1).....	77
4.7	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Subjective Norm</i> (X2).....	78
4.8	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Perceived Behavioral Control</i> (X3).....	80
4.9	Distribusi Frekuensi Variabel Intensi Berwira usaha (Y)	81
4.10	Uji Validitas	84
4.11	Uji Reliabilitas Variabel	86
4.12	Hasil Uji Multikolinieritas.....	88
4.13	Uji Linieritas.....	92
4.14	Uji Gletser	93
4.15	Rangkuman Hasil Regresi Linier Berganda	93
4.16	Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	95
4.17	Arti Hasil Koefisien Korelasi.....	96
4.18	Hasil Uji t / Parsial.....	97
4.19	Hasil Uji Dominan.....	99
4.20	Hasil Uji F/ ANOVA.....	101

THE INFLUENCE OF PERSONAL ATTITUDE, SUBJECTIVE NORM AND PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL ON ENTREPRENEURIAL INTENTION

(A Study on Students of Management Department, Faculty of Economic and Business, Brawijaya University).

By:

Yan Cahya Permana Putra

Advisor:

Dian Ari Nugroho, SE.,MM.

Faculty of Economics and Business Brawijaya University

Jl. MT. Haryono 165 Malang

E-mail: yancahya09@gmail.com

ABSTRACT

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze factors that influence the entrepreneurial intention of students of management department in the Faculty of Economics and Business of Brawijaya University using the Theory of Planned behavior consisting of personal attitude, subjective norm, and perceived behavioral control. Eighty-nine students of class of 2015, 2016, and 2017 were selected as respondents using simple random sampling. The data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression, preceded by validity test, reliability test, and classical assumption test in SPSS. The result of this research indicates that personal attitude, subjective norm, and perceived behavioral control partially and simultaneously have a significant effect on entrepreneurial intention, where subjective norm is the most dominant variable.

Keywords: personal attitude, subjective norm, perceived behavioral control, entrepreneurial intention

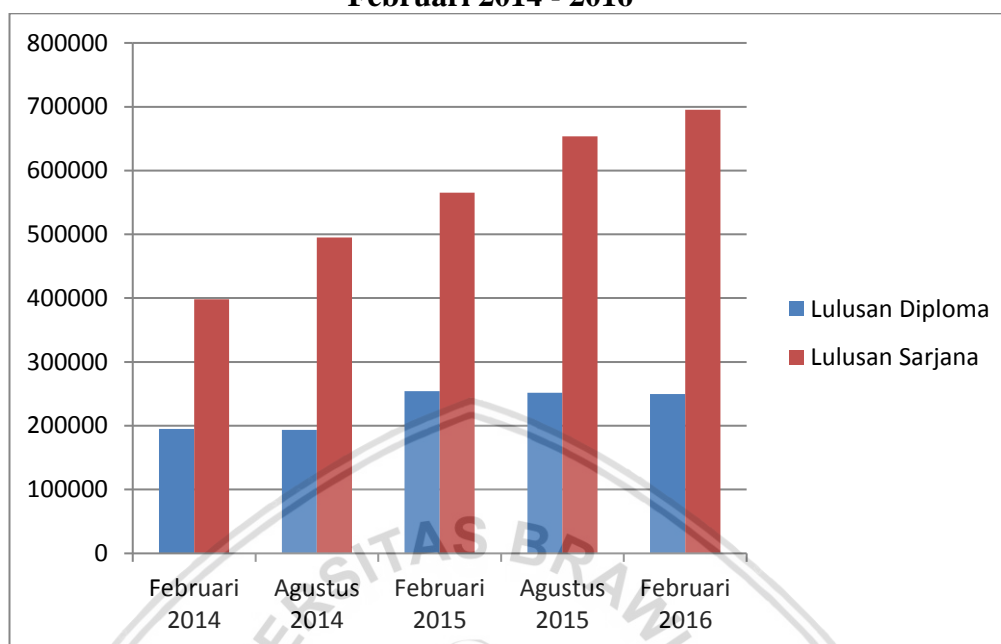
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara berkembang yang telah mengalami perkembangan ekonomi dan juga Indonesia indonesia dikenal sebagai negara yang mempunyai kekayaan alam, tenaga kerja dan aliran modal yang melimpah tetapi sampai saat ini belum bisa membuktikan sebagai negara yang makmur dan sejahtera. Perbandingan dengan negara lain seperti Singapura dan Jepang merupakan negara yang sedikit memiliki kekayaan alam dan tenaga kerja ternyata mampu untuk menjadi negara yang memiliki tingkat kemakmuran dan kesejahteraan yang tinggi. berbanding terbalik dengan negara Indonesia yang kaya akan potensi sumber daya alam namun masih sedikit mempunyai sumber daya manusia yang produktif. Pemanfaatan potensi kekayaan alam dan tenaga kerja yang belum efektif akan menjadi penghambat berkembangnya kesejahteraan yang ada di Indonesia. Peran masyarakat yang terdiri dari individu dan kelompok akan mampu menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi kita saat ini (Haruman *et al.*, 2008).

Gambar 1.1
Pengangguran Lulusan Diploma dan Sarjana di Indonesia pada
Februari 2014 - 2016



Sumber : Data Badan Pusat Statistik (BPS), 2016

Pendidikan merupakan cara paling tepat untuk menciptakan manusia yang cerdas, berkualitas, tangguh, berkopetensi, kreatif, inovatif, bertanggung jawab, serta mampu menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi. Pada kenyataannya saat ini banyak sekali permasalahan yang dihadapi oleh pelajar pada saat sudah berada di dunia kerja, salah satunya adalah kurangnya lapangan pekerjaan yang mengakibatkan banyak pelajar yang menjadi pengangguran. Dari data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan jumlah pengangguran terbuka untuk lulusan sarjana menempati posisi tertinggi dibandingkan dengan lulusan diploma dan data BPS menyebutkan tingkat pengangguran lulusan sarjana mengalami peningkatan setiap tahunnya, di Februari 2016 peningkatan terbesar mencapai enam ratus sembilan puluh lima ribu tiga ratus empat. Hal tersebut menunjukkan bahwa lulusan pendidikan tinggi bukan jaminan untuk mendapat pekerjaan (Wibowo, 2011). Kecenderungan para lulusan perguruan tinggi yang berperilaku

untuk lebih memilih sebagai pencari kerja menyebabkan sebagian lulusan tingkat diploma dan tingkat universitas tidak terserap di lapangan pekerjaan yang tersedia. Sehingga mengakibatkan terjadinya pengangguran terbuka.

Banyaknya pengangguran akan mempengaruhi kemakmuran suatu negara, syarat suatu negara untuk mencapai tingkat kemakmuran adalah diperlukan 2% dari jumlah penduduknya adalah *entrepreneur* (wirausaha). Menurut penelitian yang dilakukan David Birch terhadap usaha kecil dan menengah yang dilakukan pada tahun 1979 dalam Anil Gupta (2008:5), secara empiris menjelaskan bahwa penciptaan lowongan pekerjaan dilakukan oleh perusahaan kecil (60%) dibandingkan dengan perusahaan besar yang hanya (<15%). Bahwa penyerapan tenaga kerja lebih banyak dilakukan oleh perusahaan kecil yang dijalankan oleh wirausaha, dari hal tersebut menunjukkan bahwa pengusaha atau wirausaha memiliki peranan penting dalam membangun perekonomian suatu negara (Ciputra, 2009). Kecenderungan para lulusan perguruan tinggi sebagai pencari kerja akan berkurang dengan adanya pola pikir menjadi wirausaha. Bukti empiris menunjukkan bahwa peningkatan aktivitas-aktivitas kewirausahaan dapat meningkatkan jumlah usaha kecil, selanjutnya mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, menciptakan wirausaha muda terdidik adalah salah satu solusi yang tepat untuk mengatasi pengangguran terdidik yaitu dengan mengubah perilaku seseorang yang hanya ingin menjadi *jobseeker* atau pencari kerja.

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pendidikan Nasional telah mengembangkan berbagai kebijakan dan program untuk mendukung terciptanya lulusan perguruan tinggi berperilaku *entrepreneurship* yang siap bekerja dan

menciptakan pekerjaan. Salah satu program pemerintah adalah Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) yang sudah di mulai sejak tahun 2009, merupakan program strategi pendidikan di perguruan tinggi, dimaksudkan untuk memfasilitasi para mahasiswa yang mempunyai minat berwirausaha dan memulai usahanya dengan bisnis ilmu pengetahuan, teknologi dan seni (Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Kementrian Pendidikan Nasional, 2010).

Perguruan tinggi merupakan tempat para mahasiswa menuntut ilmu. Perguruan tinggi diharapkan memberikan kontribusi dalam menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi dengan bidangnya, berkualitas dan berkarakter. Selain itu, perguruan tinggi harus memberikan penanaman pendidikan jiwa wirausaha sehingga menghasilkan lulusan yang memiliki mental wirausaha, dengan demikian, lulusan perguruan tinggi tidak hanya bisa berkerja dengan baik, tetapi juga memiliki motivasi mendirikan usaha baru dimasa mendatang sesuai dengan kompetensinya masing-masing. Universitas Brawijaya Malang sebagai salah satu Universitas Negeri di kota Malang juga menerapkan program pendidikan wirausaha, baik Fakultas, Jurusan dan Program Studi, mewajibkan mahasiswa untuk menempuh mata kuliah wirausaha, dan juga memberikan motivasi mahasiswa mengikuti program-program yang terkait dengan kewirausahaan, seperti pameran kewirausahaan, seminar dan lainnya. Sesuai dengan salah satu misi dari Universitas Brawijaya yaitu: “Menyelenggarakan pendidikan berstandar internasional agar peserta didik menjadi manusia yang berkemampuan akademik dan atau profesi atau vokasi yang berkualitas dan berkepribadian serta berjiwa dan atau berkemampuan *Entrepreneur*”.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya (FEB UB) adalah salah satu Fakultas di Universitas Brawijaya yang berlatar belakang bisnis, upaya menumbuhkan minat berwirausaha sangat diperhatikan, dimulai dengan pemberian mata kuliah kewirausahaan untuk memberikan materi penting tentang kewirausahaan dan memperkenalkan kewirausahaan terhadap mahasiswa baru di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khusus di jurusan Manajemen terdapat dua mata kuliah kewirausahaan yaitu kewirausahaan dan laboratorium kewirausahaan, kedua mata kuliah tersebut terdapat praktek untuk menjual suatu produk atau jasa yang diselenggarakan dalam bazar dan peserta adalah mahasiswa penempuh mata kuliah tersebut, hal ini dilakukan agar mahasiswa dapat mengetahui materi pembelajaran yang ada di perkuliahan dan dapat mempraktekkan langsung di lapangan, berbagai kegiatan dilakukan juga oleh unit aktifitas mahasiswa yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yaitu seminar Internasional dengan mendatangkan pembicara yang telah sukses berwirausaha di bidangnya, kajian tentang wirausaha dan dibentuknya departemen wirausaha. Berbagai hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan jumlah wirausaha yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena hasilnya dapat memberi gambaran tentang seberapa jauh intensi berwirausaha mahasiswa Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, yang dapat menjadi masukan yang baik dalam proses belajar mengajar yang tepat dalam menimbulkan jiwa wirausaha mahasiswa. Oleh sebab itu, penulis ingin meneliti tentang niat atau intensi berwirausaha dimana niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku merupakan variabel yang menyebabkan terjadinya perilaku, hal tersebut terdapat

dalam *Theory of Plan Behavior* (Ajzen, 1991). Model penelitian ini yaitu tentang *Theory of Planned Behavior*, menjelaskan tentang variabel yang mempengaruhi intensi seseorang terhadap perilaku, yang dimaksud perilaku dalam penelitian ini adalah perilaku berwirausahaan variabel yang mempengaruhi adalah *Personal Attitude*, *Subjective Norm*, *Perceived Behavioral Control*.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Patricia P. Iglesias-Sanches et al. (2016). Tentang intensi berwirausaha terhadap 392 mahasiswa di Universitas Malaga, Spanyol dengan menggunakan regresi berganda menemukan bahwa tingkat intensi berwirausaha mahasiswa sangatlah tinggi dan signifikan dipengaruhi oleh *Personal Attitude* (PA), *Social Norm* (SN), *Perceived Behavioral Control* (PBC). Oleh karena itu, model penelitian Ajzen tentang *Theory of Planned Behavior* lewat penelitian empiris telah terbukti layak dan (*fit*) pada objek-objek penelitian yang dilakukan sebelumnya pada objek-objek penelitian khususnya pada mahasiswa (Spanyol), berdasarkan dari fenomena yang terjadi, peneliti ingin menganalisis dan meneliti apakah hasil yang diperoleh akan sama antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini. Sehingga peneliti mengambil judul **“PENGARUH VARIABEL *PERSONAL ATTITUDE*, *SUBJECTIVE NORM* DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Personal Attitude* terhadap variabel Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Subjective Norm* terhadap variabel Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *Perceived Behavioral Control* terhadap variabel Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
4. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Personal Attitude*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control* secara simultan terhadap variabel Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
5. Diantara variabel *Personal Attitude*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control*, variabel manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diangkat dari penelitian ini berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel *Personal Attitude* terhadap variabel Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel *Subjective Norm* terhadap variabel Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel *Perceived Behavioral Control* terhadap variabel Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel *Personal Attitude*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control* secara simultan terhadap variabel Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
5. Untuk mengetahui, variabel yang berpengaruh paling dominan diantara *Personal Attitude*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control* terhadap variabel Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi ilmu pengetahuan

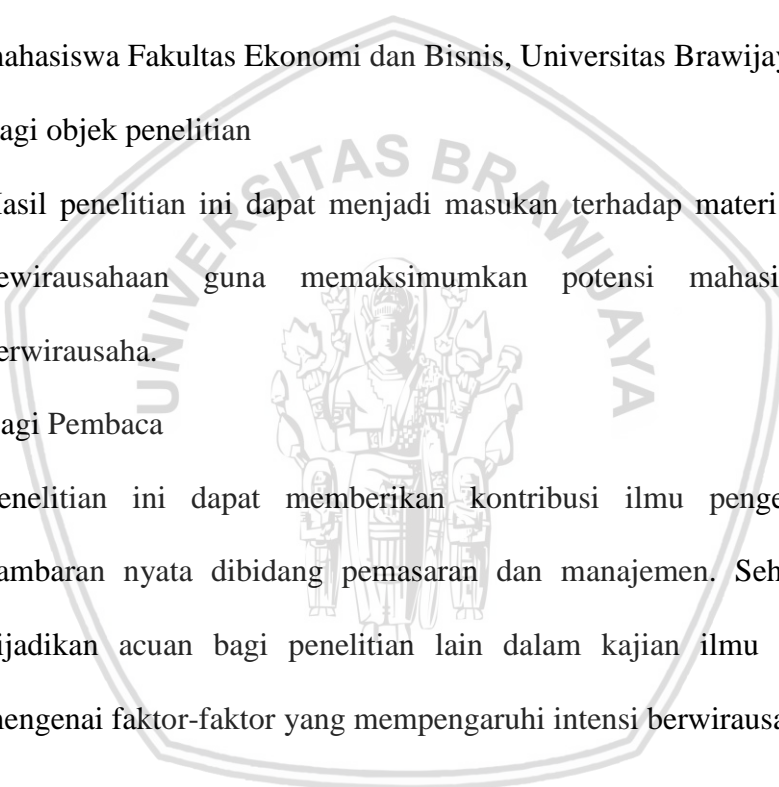
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha melalui *Personal Attitude*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya.

2. Bagi objek penelitian

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan terhadap materi perkuliahan kewirausahaan guna memaksimalkan potensi mahasiswa dalam berwirausaha.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi ilmu pengetahuan dan gambaran nyata dibidang pemasaran dan manajemen. Sehingga dapat dijadikan acuan bagi penelitian lain dalam kajian ilmu lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam rangka menunjang penelitian ini yang berjudul “Pengaruh variabel *Personal Attitude*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* terhadap variabel Intensi Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya)”, maka peneliti meninjau beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang terkait dengan topik tersebut.

1. Patricia P. Iglesias-Sanches et al. (2016)

Penelitian pertama yang berjudul “Impact of *Entrepreneurship Programmes on University Students*” yang dilakukan Patricia P. Iglesias, Sanches Carmen Jambrino, Maldono Antonio Panafiel Valasco Husam Kokash pada tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi secara empiris atribut teori Planed of Behavioral yang terdiri dari *Personal attitude*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behaviral Control* yang berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha, dimana Intensi Berwirausaha adalah variabel terikat. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode analisis deskriptif, metode regresi linear berganda, uji t, uji f, dan uji asumsi klasik dengan sampel yang diteliti adalah 392 orang responden di Universitas Malaga. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh variabel *Personal Attitude* (PA), *Social Norm* (SN), *Perceived Behavioral Control* (PBC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention*.

2. Carla S. Marques et al. (2012)

Penelitian kedua yang berjudul “*Entrepreneurship Education How Psychological, Demographic and Behavioral Factors Predict the Entrepreneur al Intention*” yang dilakukan Carla S. Marques Joao J, Ferreira Daniela N, Gomes Ricardo Gouveia Rodrigues pada tahun 2012. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi secara empiris atribut teori Planed of Behavioral yang terdiri dari *Personal attitude, Subjective Norm* dan *Perceived Behaviral Control* yang berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha, dimana Intensi Berwirausaha adalah variabel terikat. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode analisis deskriptif, metode *Structural Equation Model* (SEM). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh variabel *Personal Attitude* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Perceived Behavioral Control* (PBC), variabel *Perceived Behavioral Control* (PBC) berpengaruh signifikan terhadap Entrepreneur Intention (EI), variabel *Subjective Norm* (SN) berpengaruh signifikan terhadap variabel *Perceived Behavioral Control* (PBC), *Personal Attitude* (PA) berpengaruh signifikan terhadap *Subjective Norm* (SN), *Subjective Norm* (SN) berpengaruh signifikan terhadap *Entrepreneural Intention* (EI), dan variabel *Personal Attitude* (PA) berpengaruh signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention* (EI).

3. Zelly Sidi Z. (2015)

Penelitian pertama yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya” Zelly Sidi Z. pada tahun 2015. Penelitian ini bertujuan untuk

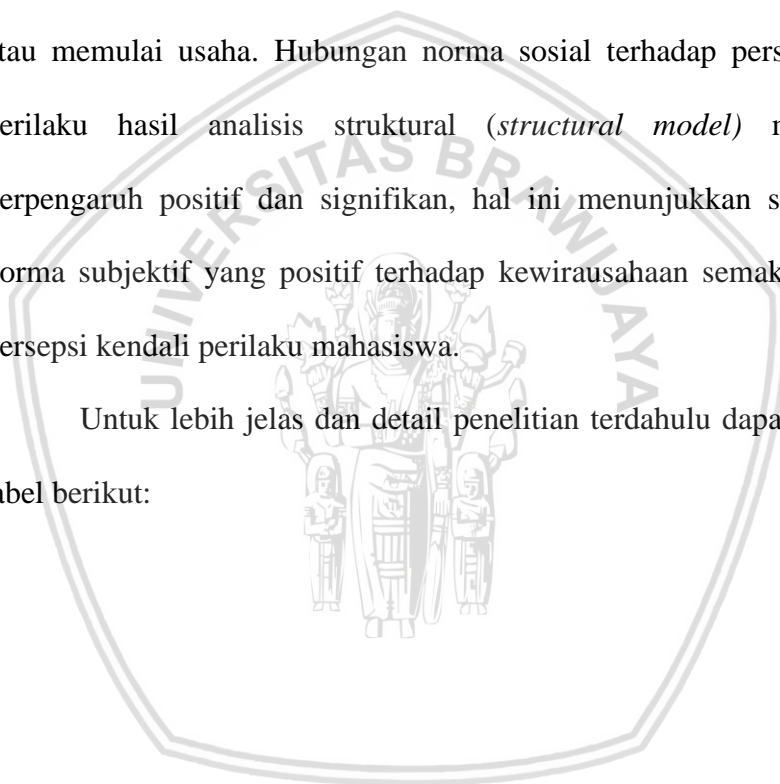
mengidentifikasi secara empiris atribut teori Planed of Behavioral yang terdiri dari *Personal attitude*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control* yang berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha, dimana Intensi Berwirausaha adalah variabel terikat. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode analisis deskriptif, *Structural Equation Model* (SEM) dengan sampel yang diteliti adalah 232 orang responden di Universitas Brawijaya. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh variabel *Personal Attitude* (PA) dan *Social Norm* (SN) berpengaruh positif terhadap variabel *Entrepreneurial Intention* (EI) dan sedangkan variabel *Perceived Behavioral Control* (PBC) berpengaruh negatif terhadap variabel *Entrepreneurial Intention* (EI).

4. Rahayu et al. (2011)

Penelitian pertama yang berjudul “Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Baru” Rahayu Mintarti, Lily Hendrasti Novadjaja dan Nur Khusniyah Indrawati pada tahun 2011. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi secara empiris atribut teori Planed of Behavioral yang terdiri dari *Personal attitude*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control*. Hasil penelitian dapat diketahui bahwa sikap pribadi berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha menunjukkan bahwa semakin positif sikap yang dimiliki mahasiswa untuk berwirausaha maka semakin tinggi pula tingkat intensi untuk berwirausaha. Selanjutnya adalah pengaruh persepsi kendali perilaku menunjukkan positif signifikan terhadap intensi berwirausaha. Hubungan antara norma sosial dan daya tarik/sikap-sikap pribadi menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan, hasil ini

menunjukkan bahwa mahasiswa yang mendapat dorongan positif dari lingkungan sosial untuk berwirausaha, secara langsung akan meningkatkan sikap pribadi mahasiswa tersebut untuk berwirausaha. Sedangkan hubungan norma sosial terhadap intensi berwirausaha menunjukkan bahwa hipotesis ini ditolak atau tidak didukung oleh data hasil penelitian, persetujuan atau dukungan dari lingkungan sosial khususnya keluarga dekat tidak terbukti berpengaruh langsung terhadap intensi berwirausaha atau memulai usaha. Hubungan norma sosial terhadap persepsi kendali perilaku hasil analisis struktural (*structural model*) menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan, hal ini menunjukkan semakin kuat norma subjektif yang positif terhadap kewirausahaan semakin kuat pula persepsi kendali perilaku mahasiswa.

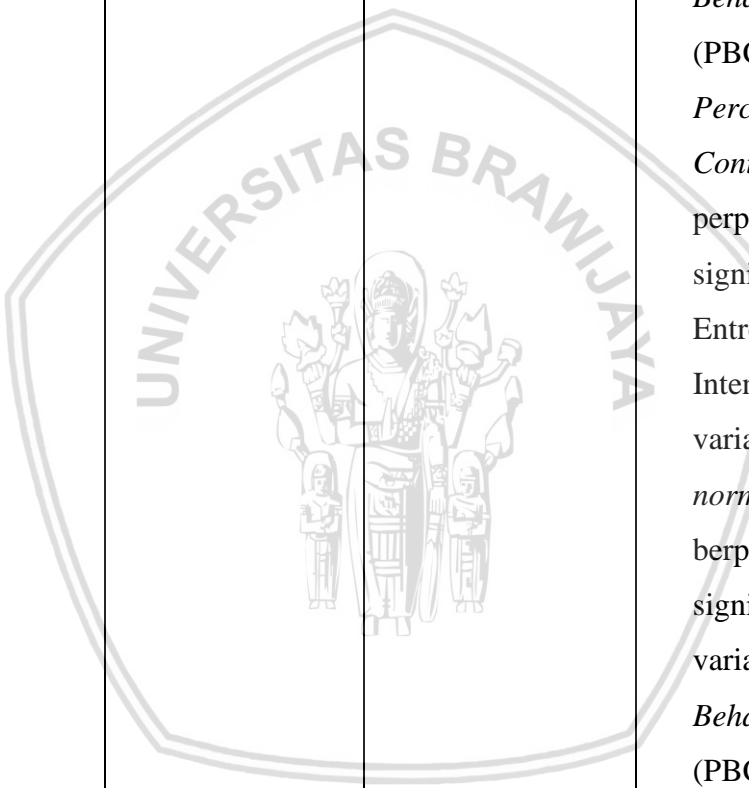
Untuk lebih jelas dan detail penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut:



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Keterangan
1	Patricia P. Iglesias-Sanches et al. (2016)	Impact of Entrepreneurship Programmes on University Students	Variabel Bebas (<i>Personal attitude, Social Norm, Perceived Behavioral Control</i>), Variabel terikat (<i>Entrepreneurial Intention</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Jenis penelitian : Eksplanatif Analisis : Kuantitatif Metode analisis : Regresi Berganda Hasil penelitian : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel <i>Personal Attitude (PA)</i>, <i>Social Norm (SN)</i>, <i>Perceived Behavioral Control (PBC)</i> terhadap <i>Entrepreneurial Intention (EI)</i>. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh variabel <i>Personal Attitude (PA)</i>, <i>Social Norm (SN)</i>, <i>Perceived Behavioral Control (PBC)</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i>.
2	Carla S. Marques et al. (2012)	<i>Entrepreneurship Education How Psychological,</i>	Variabel Bebas yaitu <i>Personal Attitude (PA)</i> ,	<ul style="list-style-type: none"> Jenis penelitian : Eksplanatif Analisis : Kuantitatif Metode analisis : Structural Equation

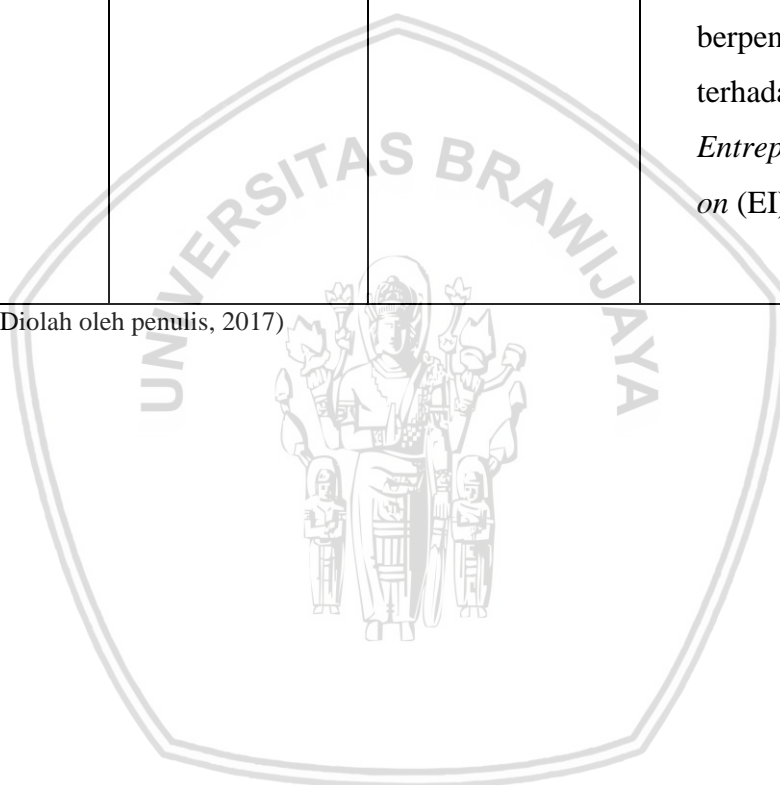
		<p><i>Demographic and Behavioral Factors Predict the Entrepreneurial Intention</i></p>	<p><i>Social Norm (SN), Perceived Behavioral Control(PBC). Variabel Terikat yaitu Entrepreneurial Intention (EI)</i></p>	<p>Model (SEM)</p> <ul style="list-style-type: none"> Hasil penelitian : Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel <i>Personal Attitude</i> berpengaruh signifikan terhadap variabel <i>Perceived Behavioral Control</i> (PBC), variabel <i>Perceived Behavioral Control</i> (PBC) berpengaruh signifikan terhadap Entrepreneur Intention (EI), variabel <i>Subjective norm</i> (SN) berpengaruh signifikan terhadap variabel <i>Perceived Behavioral Control</i> (PBC), <i>Personal Attitude</i> (PA) berpengaruh signifikan terhadap <i>Subjective Norm</i> (SN), <i>Subjective Norm</i> (SN) berpengaruh signifikan terhadap <i>Entrepreneurial</i>
--	--	--	--	---



				<p><i>Intention</i> (EI), dan variabel <i>Personal Attitude</i> (PA) berpengaruh signifikan terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i> (EI)</p>
3	Zelly Sidi Z. (2015)	Analisis Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Brawijaya	<p>Variabel Bebas yaitu <i>Personal Attitude</i> (PA), <i>Social Norm</i> (SN), <i>Perceived Behavioral Control</i> (PBC). Variabel terikat yaitu <i>Entrepreneurial Intention</i> (EI)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian : Eksplanatif • Analisis : Kuantitatif • Metode analisis : <i>Structural Equation Model</i> (SEM) <p>Hasil penelitian : variabel <i>Personal Attitude</i> (PA) dan <i>Social Norm</i> (SN) berpengaruh positif terhadap variabel <i>Entrepreneurial Intention</i> (EI) dan sedangkan variabel <i>Perceived Behavioral Control</i> (PBC) berpengaruh negatif terhadap variabel <i>Entrepreneurial Intention</i> (EI).</p>
4	Rahayu Mintarti, Lily Hendrasti Novadjaja dan Nur	Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Baru	<p>Variabel Bebas yaitu <i>Personal Attitude</i> (PA), <i>Social Norm</i> (SN), <i>Perceived Behavioral</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian : Eksplanatif • Analisis : Kuantitatif • Metode analisis : <i>Structural Equation Model</i> (SEM) • Hasil penelitian : variabel <i>Personal</i>

	Khusniyah Indrawati (2011)		Contro(PBC). Variabel terikat yaitu <i>EntrepreneurialIntention</i> (EI)	<i>Attitude</i> (PA) dan <i>Social Norm</i> (SN) berpengaruh positif terhadap variabel <i>EntrepreneurialIntention</i> (EI) dan sedangkan variabel <i>Perceived Behavioral Control</i> (PBC) berpengaruh negatif terhadap variabel <i>EntrepreneurialIntention</i> (EI).
--	----------------------------------	--	---	---

(Sumber : Diolah oleh penulis, 2017)



2.2 Perilaku

2.2.1 Pengertian

Perilaku manusia merupakan suatu aktivitas dari manusia itu sendiri (Notoatmojo, 2007). Dan dapat diartikan perilaku adalah respon organisme atau seseorang terhadap rangsangan dari luar objek tersebut dan juga dapat diartikan sebagai suatu aksi reaksi organisme terhadap lingkungannya. Perilaku baru terjadi apabila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi yaitu yang disebut rangsangan, rangsangan tertentu akan menghasilkan reaksi atau perilaku tertentu. Perilaku dapat juga diartikan sebagai aktivitas manusia yang muncul karena adanya stimulus dan respons serta dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung (Notoatmodjo, 2007).

2.2.2 Bentuk Perilaku

Perilaku dapat dibedakan menjadi dua dilihat berdasarkan bentuk respons terhadap stimulus (Notoatmodjo, 2007).

a. Perilaku Tertutup

Respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus yang masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan atau kesadaran dan sikap yang terjadi pada seseorang yang menerima stimulus tersebut, dan belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain.

b. Perilaku Terbuka

Respon yang dilakukan seseorang terhadap stimulus yang sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktek, yang jelas dapat diamati oleh orang lain.

2.2.3 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Perilaku

Teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action*) menjelaskan bahwa sikap mempengaruhi perilaku lewat suatu proses pengambilan keputusan yang teliti dan beralasan dan dampaknya terbatas pada tiga hal, pertama perilaku tidak banyak ditentukan oleh sikap umum tapi oleh sikap yang spesifik terhadap sesuatu. Kedua, perilaku dipengaruhi tidak hanya oleh sikap tapi juga oleh norma subjektif (*Subjective Norm*) yaitu keyakinan kita mengenai apa yang orang lain inginkan agar kita melakukannya atau kita perbuat. Ketiga, sikap terhadap suatu perilaku bersama norma subjektif membentuk suatu intensi atau niat berperilaku tertentu (Ajzen, 1991).

Jogiyanto (2007) berpendapat bahwa intensi atau niat merupakan fungsi dari dua determinan dasar, hal tersebut adalah sikap individu terhadap perilaku (merupakan aspek personal) dan persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang disebut norma subjektif. Perilaku menurut *Theory of Reasoned Action* (TRA) dipengaruhi oleh niat, sedangkan niat dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif. Sikap dipengaruhi oleh keyakinan akan pendapat orang lain serta motivasi untuk menaati pendapat tersebut. Jika disimpulkan teori ini menjelaskan bahwa seseorang akan melakukan suatu perilaku apabila seseorang tersebut memandang perbuatan itu positif dan

percaya bahwa orang lain akan mendukung apabila perilaku tersebut dilakukan.

2.2.4 Cara Membentuk Suatu Perilaku

Membentuk suatu perilaku seseorang merupakan sebuah proses yang menerapkan prinsip-prinsip pemasaran dan teknik untuk membangun, mengkomunikasikan dan menciptakan nilai untuk mempengaruhi perilaku yang menguntungkan masyarakat dalam berbagai aspek sosial seperti keselamatan, lingkungan dan budaya, hal ini merupakan konsep dari *sosial marketing* (Kotler dan Keller, 2009). *Sosial Marketing* menjelaskan dalam penyampaian pesan dapat menggunakan prinsip *marketing* yang dipakai untuk menjual produk komersial, Tapi dalam aplikasinya target yang dicapai berbeda. Pemasaran komersial target yang dicapai adalah membeli produk atau membicarakan keunggulan perusahaan, maka pada *sosial marketing* konsumen diminta untuk menyesuaikan perilaku baru yang seringkali menjadi solusi dari gejala sosial yang menjadi tujuan dari seseorang.

Sosial marketing sebagai bagian dari konsep pemasaran dalam aplikasinya juga bergantung pada empat variabel penting pada pemasaran komersial yaitu bauran pemasaran atau *marketing mix* (Kotler & Keller, 2009:64) yang meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place/distribution* (distribusi) dan *promotion* (promosi).

1. *Product*

Sebagai bagian dari salah satu konsep pemasaran, produk diartikan sebagai segala sesuatu yang ditawarkan untuk mendapat perhatian, dibeli,

dipergunakan dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler dan Armstrong, 2010: 62). Berbeda dengan sosial marketing, yang ditawarkan adalah ide, gagasan dan perubahan perilaku (Lefebvre dan Flora, 1988). Sama seperti pemasaran komersial, produk pada sosial marketing juga terdiri dari tiga tingkatan yaitu *core product* atau keuntungan dari perilaku yang ditawarkan, *actual product* atau perilaku itu sendiri dan *augmented product* atau *jasa* pendukung perilaku yang ditawarkan (Kotler dan Lee, 2008).

2. *Price*

Pengertian *price* atau harga dalam konsep sosial marketing adalah biaya atau pengorbanan yang harus dikeluarkan oleh individu untuk mengadopsi perilaku yang ditawarkan. Kotler dan Lee (2008) menjelaskan bahwa biaya yang dibutuhkan untuk mengadopsi suatu perilaku meliputi *monetary* dan *non monetary*. Biaya moneter (*monetary*) yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membeli produk-produk pendukung yang nampak. Sedangkan biaya non moneter (*non monetary*) adalah biaya-biaya seperti waktu, risiko, usaha, energi dan perasaan tidak nyaman ketika mengadopsi perilaku baru.

3. *Place/Distribution*

Proses distribusi merupakan aktivitas pemasaran yang mampu menciptakan nilai tambah produk melalui fungsi-fungsi pemasaran dan memperlancar arus saluran pemasaran (*Marketing Chane Flow*) secara fisik dan non-fisik (Fandi Tjiptono, 2008:183). Dalam sosial marketing distribusi adalah saluran distribusi yang digunakan dalam menyampaikan

produk yang ditawarkan kepada target audien (Lefebvre dan Flora, 1988). Para ahli pemasaran menyatakan dalam menyampaikan produk yang ditawarkan kepada target audiens, para pemasar dapat menggunakan perantara.

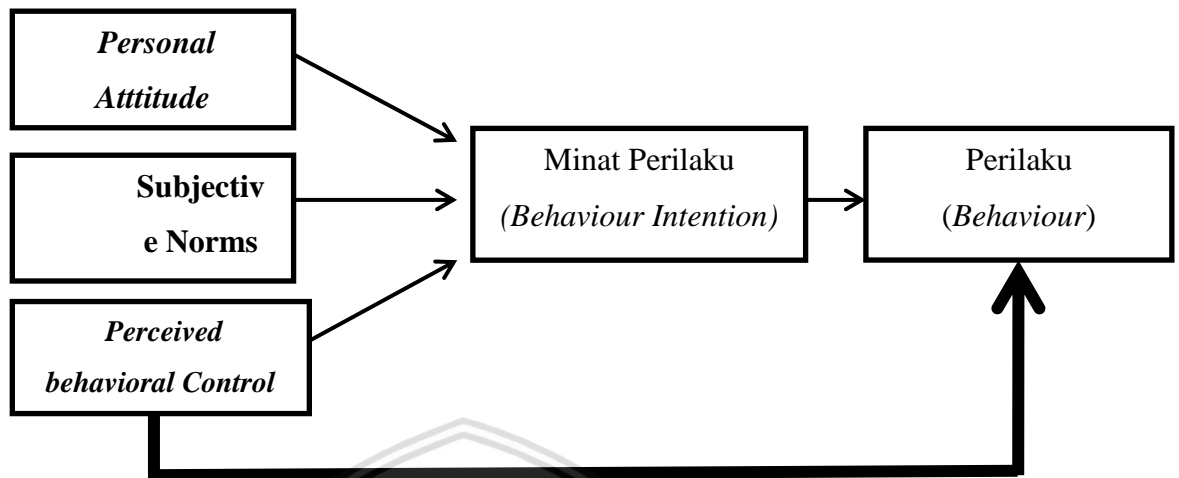
4. *Promotion*

Lefebvre dan Flora (1988) menekankan bahwa dalam konteks sosial marketing, promosi harus sesuai dengan perilaku yang ingin ditawarkan, harga, saluran distribusi dan kelompok audiens yang ingin dituju, apabila program promosi dijalankan dengan efisien dan tepat maka program marketing akan berjalan dengan efektif dan sesuai dengan tujuan.

2.3 *Theory Planned Behavior*

Seperti yang dijelaskan sebelumnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku, bahwa Perilaku menurut *Theory of Reasoned Action* (TRA) dipengaruhi oleh niat, sedangkan niat dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif. Sikap dipengaruhi oleh keyakinan akan pendapat orang lain serta motivasi untuk mentaati pendapat tersebut. *Theory Planned Behavior* (TPB) yang merupakan pengembangan dari *Theory Reasoned Action* (TRA) menurut Ajzen dalam jogiyanto (2007), yaitu dengan menambahkan konstruk yang belum ada di TRA. Konstruk ini adalah kontrol perilaku persepsian (*Perceived Behavioral Control*). Penambahan konstruk ini ditambahkan dengan tujuan untuk mengontrol perilaku individu yang dibatasi oleh kekurangan-kekurangannya dan keterbatasan yang dimiliki dari sumber daya yang digunakan untuk melakukan perilakunya. Dapat digambarkan bentuk model *Theory Planned Behavior* (TPB) tampak pada gambar 2.1.

Gambar 2.1
Model Theory Planned Behavior (TPB)



Sumber : Jogiyanto (2007).

Dari gambar 2.1, dalam teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behaviour*) dapat menjelaskan 2 hal, yaitu :

1. Teori ini mengasumsikan bahwa kontrol persepsi perilaku (*Perceived Behavioral Control*) mempunyai implikasi motivasional terhadap minat. Orang-orang yang percaya bahwa mereka tidak mempunyai sumber-sumber daya yang ada atau tidak mempunyai kesempatan untuk melakukan perilaku tertentu mungkin tidak akan membentuk minat berperilaku yang kuat untuk melakukannya walaupun mereka mempunyai sikap yang positif terhadap perilakunya dan percaya bahwa orang lain akan menyetujui seandainya mereka melakukan perilaku tersebut. Dengan demikian, diharapkan terjadi hubungan antara kontrol persepsi perilaku (*Perceived Behavioral Control*) dengan minat yang tidak dimediasi oleh sikap dan norma subyektif. Di model ini ditunjukkan dengan panah yang menghubungkan kontrol perilaku persepsian (*Perceived Behavioral Control*) ke minat.

2. Kemungkinan hubungan langsung antara kontrol persepsi perilaku (*Perceived Behavioral Control*) dengan perilaku, di beberapa contoh kinerja dari suatu perilaku tergantung tidak hanya pada motivasi untuk melakukannya tetapi juga kontrol terhadap perilaku yang akan dilakukan. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa kontrol perilaku (*Perceived Behavioral Control*) dapat mempengaruhi perilaku secara tidak langsung lewat minat, dan juga dapat memprediksi perilaku secara langsung. Di model hubungan langsung ini ditunjukkan pada gambar 2.1, dengan anak panah yang menghubungkan kontrol persepsi perilaku (*Perceived Behavioral Control*) langsung ke perilaku (behavior).

Theory Planned Behavior (TPB) atau teori perilaku terencana memiliki anggapan mengenai teori sebelumnya bahwa suatu perilaku tidak dapat dikendalikan oleh individu melainkan juga dipengaruhi oleh faktor non motivasional yang dianggap sebagai keputusan atau sumber daya yang dibutuhkan agar perilaku dapat dilakukan. Ajzen menambahkan satu determinan untuk melengkapinya, yaitu kontrol persepsi perilaku yaitu anggapan seseorang mengenai sulit atau mudahnya perilaku yang ingin dilakukan. Oleh karena itu, menurut *Theory Planned Behavior* (TPB), intensi dipengaruhi oleh tiga hal yaitu : sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku (Ajzen dalam Jogiyanto 2007).

2.3.1 Sikap (*Personal Attitude*)

Menurut Fishbein dan Ajzen (2008) sikap adalah jumlah dari afeksi atau perasaan yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu objek atau perilaku dan diukur dengan prosedur yang

menempatkan individual dalam dua pilihan, seperti baik atau jelek, setuju atau menolak dan lainnya. Sedangkan Nazar dan Syahrani (2008) berpendapat bahwa sikap merupakan evaluasi positif atau negatif dalam melakukan perilaku, sikap terhadap perilaku menunjukkan tingkatan seseorang mempunyai evaluasi yang baik atau yang kurang baik tentang suatu perilaku tertentu. Sikap terdiri dari dua elemen yaitu ide yang sangat baik dan sesuatu yang diinginkan, ide yang sangat baik menunjukkan seberapa jauh seseorang memikirkan untuk melakukan hal yang akan datang, sesuatu yang diinginkan menunjukkan seberapa jauh seseorang berpikir bahwa melakukan perilaku di masa yang akan datang merupakan sesuatu yang diinginkan. Pavlov dan Fyngson (2006) berpendapat bahwa sikap menunjukkan pada penilaian tingkat perasaan mengenai sasaran perilaku, sikap merupakan evaluasi seseorang serta menyeluruh untuk melakukan suatu perilaku. Oleh karena itu, sikap merupakan tujuan, tindakan, atau peristiwa positif atau negatif setiap individu yang menjadi evaluasi subjektif.

Pada umumnya definisi sikap memiliki kesamaan bahwa sikap diartikan sebagai evaluasi dari seseorang. Engel Blackwell menyatakan bahwa sikap menunjukkan apa yang konsumen sukai dan tidak disukai. Definisi sikap, menggambarkan pandangan kognitif dari psikologi sosial yang terdiri dari : kognitif (pengetahuan), afektif (emosi dan perasaan) dan konatif (tindakan). Dari hal tersebut menggambarkan bahwa perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak disukai, dan sikap

juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

2.3.1.1 Karakteristik sikap

Sikap mempunyai beberapa karakteristik (Sumarwan, 2014) yaitu :

1. Sikap Memiliki Objek

Dalam penjelasannya sikap harus terkait dengan objek, objek tersebut bisa terkait dengan berbagai konsep yang diinginkan atau dibutuhkan oleh diri seseorang, jika ingin mengetahui sikap seseorang, maka kita harus mendefinisikan secara jelas sikap seseorang terhadap objek tersebut, seperti contoh apakah sikap seseorang terhadap perilaku berwirausaha, atau sikap seseorang terhadap seseorang wirausaha.

2. Konsistensi Sikap

Sikap adalah gambaran perasaan dari seseorang, dan perasaan tersebut direfleksikan oleh perilakunya, karena itu, sikap memiliki konsistensi dengan perilaku. Perilaku seseorang merupakan gambaran dari sikapnya. Wanita tersebut mengendarai Mazda berwarna silver, ia menyukai Mazda silver. Inilah konsistensi sikap terhadap perilaku, namun faktor situasi sering menyebabkan inkonsistensi antara sikap dan perilaku. Seorang mahasiswa menyukai motor Ducati, tetapi ia tidak memiliki motor Ducati, faktor daya beli mungkin menyebabkan tidak konsistennya antara sikap dan perilaku.

3. Sikap Positif, Negatif dan Netral

Seseorang mungkin menyukai mobil sport (sikap positif) atau tidak menyukai mobil matic (sikap negatif), atau bahkan seseorang tidak memiliki sikap terhadap keduanya (sikap netral). Sikap yang memiliki dimensi positif, negatif dan netral disebut sebagai karakteristik *valance* dari sikap.

4. Intensitas Sikap

Sikap seseorang terhadap suatu hal akan bervariasi tingkatannya, ada yang sangat menyukainya atau bahkan ada juga yang sangat tidak menyukainya. Ketika seseorang menyatakan derajat tingkat kesukaannya terhadap sesuatu, maka seseorang tersebut telah mengungkapkan intensitas sikapnya. Intensitas tersebut sebagai karakteristik *extimity* dari sikap.

5. Resistensi Sikap (*Resistance*)

Resistensi sikap adalah seberapa besar sikap seseorang bisa berubah. Semakin tinggi tingkat resistensinya semakin kecil kemungkinan untuk mengubah sikapnya, seperti sikap seseorang dalam memeluk agamanya memiliki resistensi yang tinggi untuk berubah, sebaliknya seseorang yang tidak suka memakan sayur kemudian disarankan dokter untuk banyak mengonsumsi sayur karena alasan kesehatan, mungkin sikapnya akan mudah berubah.

6. Persistensi Sikap (*Persistence*)

Persistensi adalah karakteristik sikap yang menggambarkan bahwa sikap akan berubah karena berlalunya waktu. Seperti sikap seseorang yang tidak menyukai makan di KFC (sikap negatif),

namun dengan berlalunya waktu setelah beberapa bulan, mungkin akan berubah dan menyukai makan di KFC.

7. Keyakinan Sikap (*Confidance*)

Keyakinan adalah kepercayaan mengenai kebenaran sikap yang dimilikinya. Sikap seseorang konsumen terhadap agama yang dianutnya akan memiliki tingkat keyakinan yang sangat tinggi, sebaliknya sikap terhadap adat kebiasaan mungkin akan memiliki tingkat keyakinan yang lebih kecil.

8. Sikap dan Situasi

Sikap seseorang terhadap suatu objek sering kali muncul dalam konteks situasi. Artinya situasi akan mempengaruhi sikap konsumen terhadap suatu objek. Seseorang mungkin tidak suka minum kopi di siang hari, tetapi suka minum kopi di pagi hari. Demikian pula, seseorang mungkin menyukai makan di KFC tetapi KFC bukanlah tempat yang tepat untuk makan malam dengan relasi bisnis.

2.3.1.2 Komponen Sikap

Fishbein dan Ajzen dalam Rahma (2011), menjelaskan bahwa ada dua kelompok dalam pembentukan sikap yaitu :

1. *Behavioral Belief* merupakan suatu keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap perilaku dan merupakan keyakinan yang akan mendorong terbentuknya sikap.

2. *Evaluation of Behavioral Belief* adalah evaluasi positif atau negatif individu terhadap perilaku tertentu berdasarkan keyakinan yang dimilikinya.

2.3.2. Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

Ajzen dalam Linan and Chen (2006) berpendapat bahwa norma subjektif adalah ukuran tekanan sosial untuk menentukan apakah perilaku individu perlu dilakukan atau tidak. Norma sosial subjektif mengacu pada persepsi kelompok tertentu "*reference people*" yang menyetujui atau tidak menyetujui dalam menentukan suatu keputusan. Jogiyanto (2007) berpendapat bahwa norma subjektif (*Subjective Norm*) adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan orang lain yang mempengaruhi untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Dalam teori Ajzen *Theory of Planned Behavioral*, *Subjective Norm* hubungan mengacu pada tekanan sosial merasa untuk melakukan atau untuk tidak melakukan perilaku, dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa Norma Subjektif adalah pertimbangan seseorang terhadap suatu perilaku apakah melakukan atau tidak melakukan perilaku dan persepsi kelompok menjadi acuan untuk melakukan perilaku.

2.3.2.1 Komponen *Norma Subjective*

Fishbein dan Azjen (2005) menjelaskan bahwa norma subjektif secara umum mempunyai dua komponen, yaitu :

1. *Normative Belive* (Keyakinan Norma)

Persepsi atau keyakinan harapan orang lain terhadap dirinya yang menjadi acuan untuk menampilkan perilaku atau tidak.

Keyakinan yang berhubungan dengan pendapat tokoh atau orang lain yang penting dan berpengaruh bagi individu atau tokoh panutan tersebut apakah subjek harus melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu.

2. *Motivation to Comply* (Motivasi Untuk Memenuhi)

Motivasi individu untuk memenuhi harapan yang diinginkan. Norma subjektif dapat dilihat sebagai dinamika antara dorongan- dorongan yang dipersepsikan individu dari orang-orang disekitarnya dengan motivasi untuk mengikuti pandangan mereka dalam melakukan perilaku tersebut.

Norma subjektif adalah persepsi seseorang mengenai tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku (Ajzen, 2005) dalam model TRA dan TPB norma subjektif adalah fungsi dari norma belief, yang mewakili persepsi mengenai preferensi signifikan lainnya mengenai apakah perilaku tersebut harus dilakukan. Model ini mengkuantifikasi keyakinan ini dengan mengalikan kemungkinan subjektif seseorang disebut relevan berfikir bahwa seseorang harus melaksanakan suatu perilaku dengan motivasi seseorang untuk mengikuti (*Motivation to Comply*) apa yang ingin dilakukan.

2.3.3 Kontrol Persepsi Perilaku (*Perceived Behavioral Control*)

Perceived Behavioral Control dalam teori Ajzen *Theory of Planned Behavioral*. Perasaan mudah atau sulit melakukan perilaku dan diasumsikan untuk merefleksikan pengalaman masa lalu dan mengantisipasi permasalahan (Ajzen 2006), Bandura dalam Indarti et al.

(2008) berpendapat bahwa efikasi sebagai kepercayaan seseorang atas kemampuan yang dimiliki untuk menyelesaikan suatu pekerjaan. Jogyanto (2007) menyebutkan bahwa kontrol perilaku persepsian merupakan pengontrol perilaku individu yang dibatasi oleh kekurangan sumber daya yang digunakan untuk melakukan perilakunya. Oleh karena itu, *Perceived Behavioral Control* dapat diartikan dimana dalam situasi individu berniat untuk melaksanakan suatu perilaku namun dihalangi dalam melakukan tindakan tersebut, kontrol perilaku ditunjukkan dengan tanggapan seseorang terhadap halangan dari dalam dirinya atau dari luar sewaktu melakukan perilaku atau tingkah laku, kontrol perilaku dapat mengukur kemampuan seseorang dalam mendapatkan sesuatu dalam mengambil suatu kegiatan.

2.4 Intensi

Komponen yang ada pada diri individu yang mengacu pada keinginan untuk melakukan suatu tindakan tertentu, keinginan ini oleh Fishbien dan Ajzen (1975) disebut sebagai intensi. Salah satu faktor pendukung perilaku adalah adanya keinginan. Santoso (1995) menjelaskan pengertian intensi adalah hal-hal yang diasumsikan dapat menjelaskan faktor-faktor motivasi serta berdampak kuat pada tingkah laku. Hal ini dapat mengindikasikan seberapa keras usaha seseorang agar perilaku yang diinginkan dapat dilakukan.

Intensi adalah bagian penting dalam *Theory of Reasoned Action*. Intensi merupakan prediktor sukses dari perilaku, karena intensi menghubungkan sikap dan perilaku, maka intensi dapat dipandang sebagai hal yang khusus dari keyakinan yang obyeknya adalah individu dan atributnya selalu perilaku (Fishbien

dan Ajzen, 1975). Indarti dan Rostiani (2008) berpendapat bahwa intensi adalah kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu pekerjaan tertentu seperti berwirausaha atau membentuk usaha sendiri atau berbisnis. Penjelasan lainnya tentang intensi, berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa intensi atau keinginan adalah sikap seseorang untuk berusaha melakukan suatu tindakan tertentu atau perilaku yang diinginkan agar dapat dilakukan.

2.5 Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah persamaan kata dari *Entrepreneur* dalam bahasa Inggris, *Unternehmer* dalam bahasa Jerman, *Ondernemen* dalam bahasa Belanda. Kata *Entrepreneur* berasal dari bahasa perancis, yaitu *Entreprende* yang memiliki arti “to undertake” atau menjalankan, melakukan, dan berusaha (Hendro, 2011). Menurut Yani, (2006) kewirausahaan atau kewiraswastaan berasal dari dua kata yaitu “wira” dan “swasta”. Wira berarti berani, utama atau perkasa. Sedangkan swasta terdiri dari “swa” dan “sta”, swa artinya adalah sendiri dan sta artinya berdiri. Swasta jika di artikan menjadi “berdiri dengan kekuatan sendiri”. Dengan demikian yang dimaksud dengan kewiraswastaan atau kewirausahaan adalah keberanian, keutamaan serta keperkasaan dalam memenuhi kebutuhan dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dengan menggunakan kekuatan yang ada pada diri sendiri.

Richard Cantillon (dalam Hendro, 2011) berpendapat bahwa *Entrepreneurial is An Innovator and Individual Developing Something Unique and New*. Istilah ini kemudian dipopulerkan oleh pakar ekonomi J.B Say (dalam Hendro, 2011) yaitu untuk menggambarkan para pengusaha yang mampu

mengelola sumber daya yang dimiliki secara ekonomis (efektif dan efisien) dari tingkat produktifitas yang rendah menjadi tingkat produktifitas yang lebih tinggi. Gibson et al. (2008) berpendapat bahwa kewirausahaan adalah individu yang menjadi pencipta dan manajer dari sebuah usaha, Peggy A. Lambing dan Charles R. Kuehl (dalam Hendro, 2011) berpendapat kewirausahaan adalah suatu usaha yang kreatif yang membangun suatu *value* dari yang belum ada menjadi ada dan bisa dinikmati oleh orang banyak, dengan kata lain kewirausahaan adalah individu-individu yang mampu membuat usaha yang kreatif yang dapat membangun *value* dari yang belum ada atau sesuatu yang baru dan dapat dinikmati oleh orang banyak dan memperhatikan pengelolaan sumber daya secara ekonomis (efektif dan efisien). Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah individu yang mampu menciptakan usaha dan dapat menciptakan suatu *value* yang dapat dinikmati oleh orang banyak yang mampu mengelola sumber daya yang dimiliki secara ekonomis (efektif dan efisien).

2.5.1 Pengertian dan Karakteristik Wirausaha

2.5.1.1 Pengertian Wirausaha

Definisi wirausaha terus berkembang mengikuti hasil penelitian para peneliti bidang kewirausahaan. Definisi wirausaha dapat dipandang dari dua pendekatan yaitu pendekatan *trait* dan pendekatan behavioral. Dalam pendekatan *trait* menganggap wirausaha sebagai jenis kepribadian khusus. Wirausaha adalah unit analisis dan karakteristik wirausaha merupakan kunci untuk menjelaskan kewirausahaan sebagai fenomena. Karena wirausaha sebagai penyebab kewirausahaan.

Pendekatan *behavioral* menganggap penciptaan organisasi sebagai suatu kejadian kontekstual dan hasil dari beberapa pengaruh. Wirausaha merupakan bagian dari proses penciptaan organisasi baru yang kompleks. Pendekatan ini meneliti kewirausahaan dengan memperlakukan organisasi sebagai analisis utama dan individu dipandang berhubungan dengan aktivitas-aktivitas yang dilakukan untuk memungkinkan organisasi terbentuk. Fenomena kewirausahaan melibatkan organisasibisnis dan seseorang yang mendirikan organisasi bisnis tersebut (wirausaha). Oleh karena itu, pendekatan *trait* tidak cukup untuk menjelaskan fenomena kewirausahaan, pendekatan *behavioral* diperlukan untuk melengkapinya (Gartner, 1989).

Definisi entitas yang dikenal wirausaha belum ada definisi yang umum untuk hal tersebut, berikut beberapa definisi tentang wirausaha: wirausahaan adalah suatu bidang ilmu yang telah berkembang selama bertahun-tahun dan menarik untuk dikembangkan (Hisrich et al, 2008), Hisrich berpendapat bahwa individu yang mempelajari kewirausahaan akan memiliki keinginan tiga hingga empat kali lipat lebih besar dalam memulai usahanya sendiri, bahkan memiliki pendapatan lebih tinggi dibandingkan dengan individu yang mempelajari bidang lain. Individu-individu yang terlibat dalam berbagai kegiatan kewirausahaan dengan memulai suatu usaha dikenal sebagai wirausaha. Oleh karena itu, wirausaha didefinisikan sebagai individu yang berani mengambil risiko dan memulai hal baru.

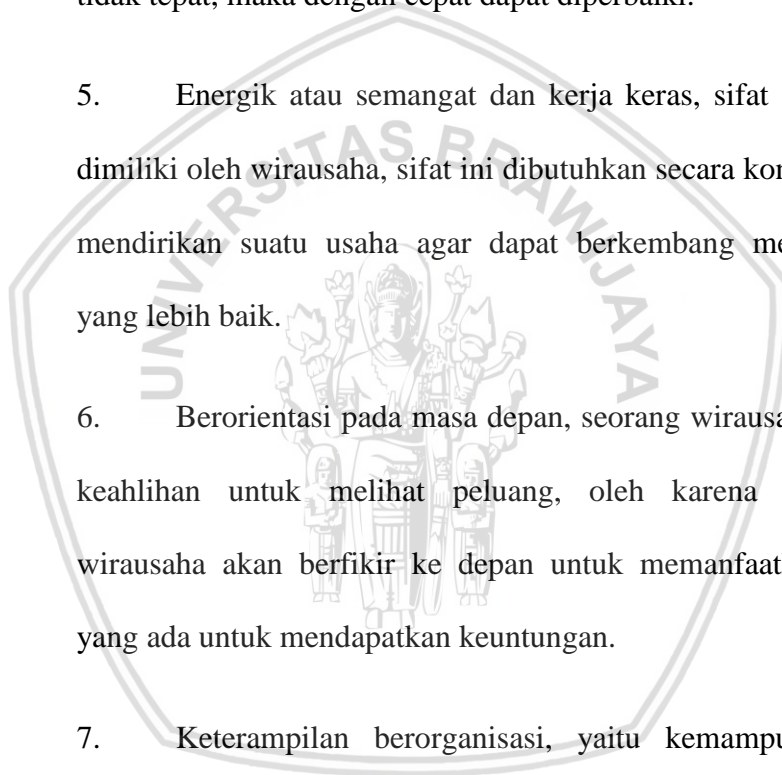
Scarborough, Zimmerer, dan Wilson (2009) menjelaskan definisi Wirausaha adalah seorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan yang signifikan dengan mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber-sumber daya yang diperlukan sehingga sumber-sumber daya tersebut dapat dikapitalisasikan. Selanjutnya muncul definisi wirausaha pada abad 20 (Slamet F, 2014) menyatakan definisi wirausaha sebagai inovator pada abad ke 20, yaitu wirausaha menciptakan atau mengembangkan sesuatu yang khas. Konsep inovasi dan menciptakan hal baru menjadi bagian menyeluruh dalam kewirausahaan. Berbagai contoh inovasi yang berkembang hingga sekarang seperti terciptanya pesawat terbang, alat komunikasi, teknologi kesehatan yang semakin canggih.

2.5.1.2 Karakteristik Wirausaha

Menurut Scarborough, Zimmerer, dan Wilson (2009) terdapat beberapa karakteristik wirausahaan yang meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. Mempunyai rasa tanggung jawab, seorang wirausaha tidak akan melihat sebuah tanggung jawab sebagai beban, namun merupakan sebuah proses yang terjadi atas usaha-usaha yang dilakukannya dalam mencapai tujuan.
2. Memiliki risiko yang moderat, artinya adalah memilih resiko menengah, setiap risiko yang akan diambil dilakukan dengan memperhitungkan, merencanakan, berdasarkan pengetahuan yang dimiliki.

3. Percaya diri terhadap kemampuan sendiri, seorang wirausaha memiliki rasa percaya diri yang tinggi dan optimal untuk mencapai tujuan dan memperoleh kesuksesan.
4. Berhasrat untuk mengetahui umpan balik secepatnya, rasa penasaran dari hasil setiap keputusan yang sudah dilakukan ingin cepat diketahui, apabila mengalami kesalahan atau keputusan yang tidak tepat, maka dengan cepat dapat diperbaiki.
5. Energik atau semangat dan kerja keras, sifat yang natural dimiliki oleh wirausaha, sifat ini dibutuhkan secara konsisten untuk mendirikan suatu usaha agar dapat berkembang menjadi usaha yang lebih baik.
6. Berorientasi pada masa depan, seorang wirausaha memiliki keahlian untuk melihat peluang, oleh karena itu seorang wirausaha akan berfikir ke depan untuk memanfaatkan peluang yang ada untuk mendapatkan keuntungan.
7. Keterampilan berorganisasi, yaitu kemampuan seorang wirausaha dalam mengatur sebuah organisasi, karena suatu usaha akan berhubungan dengan orang lain. Oleh karena itu, seorang pengusaha harus mampu mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
8. Menghargai prestasi, yaitu sifat menilai prestasi lebih tinggi dibandingkan dengan uang, karena pada dasarnya seorang



wirausaha berorientasi pada kebanggaan dan hasrat untuk meraih kesuksesan, dan uang hanyalah alat pengukur kesuksesan tersebut.

2.5.2 Wirausaha Muda

Wirausaha muda adalah remaja berumur awal 20-an tahun yang menunjukkan minat yang tinggi terhadap kewirausahaan dan mengambil bagian dalam memulai bisnis (Zimmerer, et al., 2009) banyaknya generasi muda yang memilih kewirausahaan sebagai jalur karir dikarenakan kekecewaan terhadap prospek atau harapan dalam perusahaan, dimana keinginan pekerjaan dan keinginan untuk memiliki peluang ditentukan oleh usaha sendiri.

Lowe dan Marriot (2006) menyatakan meskipun terdapat banyak contoh-contoh wirausaha muda yang sukses, ada beberapa hambatan spesifik yang kemungkinan menghalangi atau merintangi kaum muda untuk mendirikan bisnis misalnya:

1. Kurang kredibilitas
2. Kurangnya pengetahuan dan pengalaman
3. Kurangnya jaringan
4. Kurangnya dana untuk memulai usaha (start up)

2.5.3 Manfaat Berwirausaha

Salah satu motivasi seseorang terjun dalam dunia kewirausahaan adalah manfaat yang didapat dari berwirausaha, beberapa manfaat berwirausaha (Suryana, 2003).

1. Berupa laba keuntungan yang dapat direalisasikan

Hasil finansial sebagai pengganti atau bayaran dari penggunaan waktu dan modal yang sudah digunakan, tidak hanya mengharapkan penggantian dari penggunaan waktu dan uang yang sudah dikeluarkan atau digunakan wirausaha mengharapkan imbalan yang pantas atas resiko dan inisiatif yang sudah mereka ambil untuk mengoperasikan bisnis mereka.

2. Berupa kebebasan

Beberapa alasan seseorang menjadi wirausaha adalah ingin menjadi bos bagi diri sendiri dan menghindari ketergantungan terhadap orang lain dan dengan bebas mengembangkan keinginan dalam berwirausaha, menjalankan perusahaan dengan keinginan sendiri.

3. Berupa kepuasan menjalankan hidup

Beberapa wirausaha menyatakan kepuasan terhadap apa yang didapatkan dalam menjalankan bisnisnya. Perasaan senang dari apa yang sudah dilakukandan kenikmatan yang didapatkan karena kebebasan yang dimiliki.

Zimmere, et al. (2009) menyatakan dalam bisnis kecil memiliki manfaat-manfaat yang harus dipertimbangkan oleh calon wirausaha , sebagai berikut :

1. Peluang untuk menentukan nasib sendiri

Memiliki perusahaan sendiri memberikan kebebasan dan peluang bagi wirausaha untuk mencapai apa yang penting bagi dirinya. Para wirausahawan ingin mencoba memenangkan hidup mereka, dan mereka menggunakan bisnis mereka untuk mewujudkan keinginan tersebut.

2. Peluang untuk melakukan perubahan

Semakin banyak wirausaha yang memulai bisnis karena mereka melihat peluang untuk membuat perubahan yang menurut mereka penting.

3. Peluang untuk mencapai potensi sepenuhnya

Sering dijumpai seseorang yang merasakan bahwa pekerjaan mereka membosankan, tidak menantang dan tidak menarik, tetapi, kebosanan terhadap pekerjaan tidak berlaku bagi wirausaha. Bagi wirausaha tidak ada perbedaan antara pekerjaan dan bermain, keduanya sama saja. Bisnis-bisnis yang dimiliki para wirausahawan merupakan alat untuk mengungkapkan dan mengaktualisasikan diri. Mereka mengetahui bahwa satu-satunya batasan terhadap keberhasilan mereka adalah segala hal yang ditentukan oleh kreativitas, antusiasme dan visi mereka.

4. Peluang untuk memperoleh keuntungan yang menakjubkan

Walaupun uang bukan salah satu dorongan utama bagi sebagian besar wirausaha, keuntungan bisnis merupakan faktor motivasi yang penting untuk mendirikan perusahaan. Kebanyakan wirausaha tidak pernah menjadi superkaya, tetapi banyak diantara mereka yang menjadi makmur.

5. Peluang untuk berperan dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usaha sendiri

Pemilik bisnis kecil seringkali merupakan warga masyarakat yang paling dihormati dan paling dipercaya. Kesepakatan bisnis berdasarkan kepercayaan dan saling menghormati adalah ciri dari perusahaan kecil.

6. Peluang untuk melakukan sesuatu yang disukai dan bersenang-senang dalam mengerjakannya. Kebanyakan wirausaha yang berhasil

memilih masuk dalam suatu bisnis sebab mereka tertarik dan menyukai pekerjaan tersebut.

2.6 Dinamika

2.6.1 Dinamika Sikap terhadap Intensi

Fishbein dan Ajzen dalam Ramadhani (2008) berpendapat bahwa salah satu faktor penentu terbentuknya intensi adalah sikap terhadap perilaku atau daya tarik/sikap pribadi (*Personal Attitude*). Sikap terhadap perilaku yang didefinisikan oleh Fishbein dan Ajzen dalam Ramadhani (2008) sebagai derajat penilaian individu terhadap perilaku tertentu. Nazar dan Syahrani (2008) berpendapat bahwa sikap merupakan evaluasi positif atau negatif dalam melakukan perilaku, sikap terhadap perilaku menunjukkan tingkatan seseorang mempunyai evaluasi yang baik atau yang kurang baik tentang suatu perilaku tertentu. Oleh karena itu, sikap terhadap perilaku ditentukan oleh evaluasi atau penilaian individu mengenai hasil yang berhubungan dengan perilaku dan seberapa kuat hubungan antara kedua hal tersebut. Semakin individu memiliki evaluasi atau penilaian bahwa perilaku akan menghasilkan konsekuensi positif maka individu akan bersikap menerima terhadap perilaku tersebut. Sikap individu terhadap perilaku tersebut akan berpengaruh pada intensi dalam memunculkan sebuah perilaku.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Zidi Zelly (2015) terhadap mahasiswa Universitas Brawijaya, semakin positif sikap pribadi atau ketertarikan individu mahasiswa terhadap profesi pengusaha, maka semakin tinggi pula niat atau intensi berwirausaha mahasiswa. Penelitian

lain yang dilakukan oleh Mintarti Rahayu (2011) terhadap mahasiswa baru di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, menemukan bahwa semakin tinggi sikap pribadi mahasiswa terhadap profesi pengusaha, semakin tinggi niat atau intensi berwirausaha mahasiswa.

Berdasarkan teori Ajzen dan juga penelitian terdahulu terlihat bahwa sikap dapat mempengaruhi individu dalam melakukan perilaku tertentu. Oleh karena itu, dapat dikaitkan dengan penelitian ini apabila individu mempunyai persepsi positif terhadap berwirausaha yang artinya individu yakin bahwa perilaku untuk menjadi wirausaha akan menghasilkan *outcome* positif untuk dirinya. Sikap positif tersebut akan memperbesar intensi wirausaha untuk menjadikan wirausaha sebagai karir.

2.6.2 Dinamika Norma Subjektif terhadap Intensi

Norma subjektif adalah ukuran tekanan sosial untuk menentukan apakah perilaku individu perlu dilakukan atau tidak (Ajzen dalam Linan and Chen 2009). Norma sosial subyektif mengacu pada persepsi kelompok tertentu "*reference people*" yang menyetujui atau tidak menyetujui dalam menentukan suatu keputusan. oleh karena itu, dapat dijelaskan bahwa semakin individu mempresepsikan bahwa sosial *referent* yang mereka miliki mendukung mereka melakukan suatu perilaku maka individu tersebut cenderung akan merasakan tekanan sosial untuk melakukan perilaku tersebut.

Patricia P.Iglesias-Sanches et al. (2016) menjelaskan bahwa dukungan dari orang-orang terdekat memberikan pengaruh besar bagi mahasiswa untuk memiliki intensi berwirausaha. Dari penjelasan tersebut

dapat disimpulkan bahwa norma subjektif dapat berpengaruh terhadap intensi individu untuk melakukan atau tidak melakukan sebuah perilaku. Dalam penelitian ini, perilaku adalah perilaku untuk menjadi wirausaha. Oleh karena itu, ketika individu mempersepsikan bahwa *referent* yang dimiliki mengharapkan dan mendukung untuk menjadi wirausaha dan termotivasi untuk memenuhi harapan dari *referent* tersebut, intensi yang kuat untuk berwirausaha akan dimiliki individu.

2.6.3 Dinamika *Perceived Behavioral Control* Terhadap Intensi

Perceived Behavioral Control dalam teori Ajzen *Theori of Planned Behavioral*. Perasaan mudah atau sulit melakukan perilaku dan diasumsikan untuk merefleksikan pengalaman masa lalu dan mengantisipasi permasalahan (Ajzen dalam Li Wei, 2006). Chan dan Hu dalam Jogiyanto (2007), menyebutkan bahwa kontrol perilaku persepsian merupakan pengontrol perilaku individu yang dibatasi oleh kekurangan sumber daya yang digunakan untuk melakukan perilakunya. Dalam hal ini faktor pendukung dan penghambat akan mempengaruhi munculnya sebuah perilaku yang akan dilakukan seseorang.

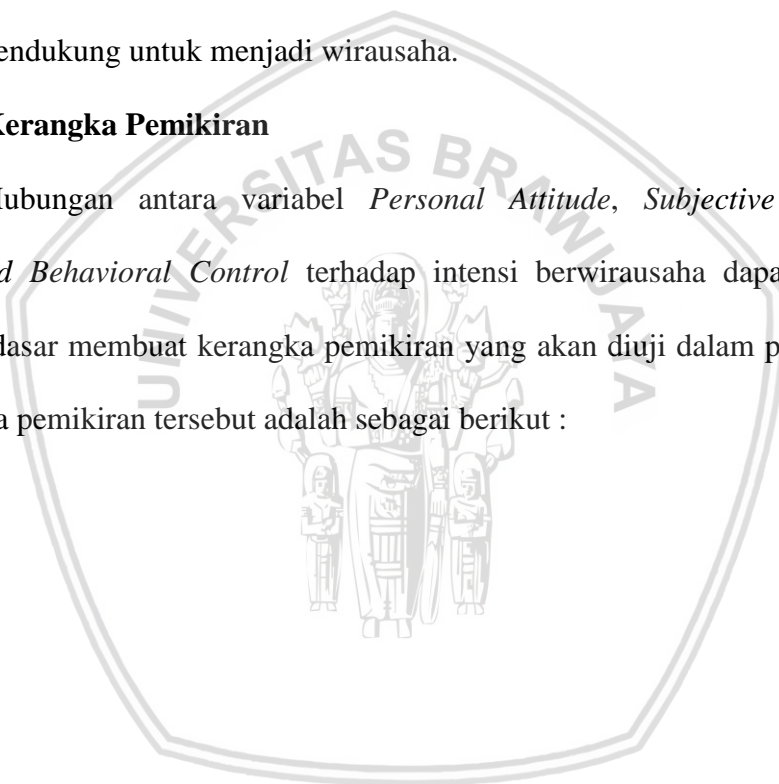
Dalam penelitian Mintarti Rahayu *et al.* (2011) terhadap mahasiswa baru jurusan manajemen FEB UB dikatakan bahwa *Perceived Behavioral Control* signifikan dan berkorelasi positif terhadap intensi berwirausaha. Penelitian lain yang dilakukan oleh Zidi Zelly (2015) terhadap mahasiswa Universitas Brawijaya memperoleh hasil bahwa *Perceived Behavioral Control* mempengaruhi intensi berwirausaha secara signifikan, yang menjelaskan bahwa semakin tinggi *Perceived Behavioral*

Control dan kepercayaan diri tentang kemampuan yang dimiliki dan faktor pendukung untuk memulai suatu bisnis, semakin kuat pula intensi mahasiswa untuk berwirausaha.

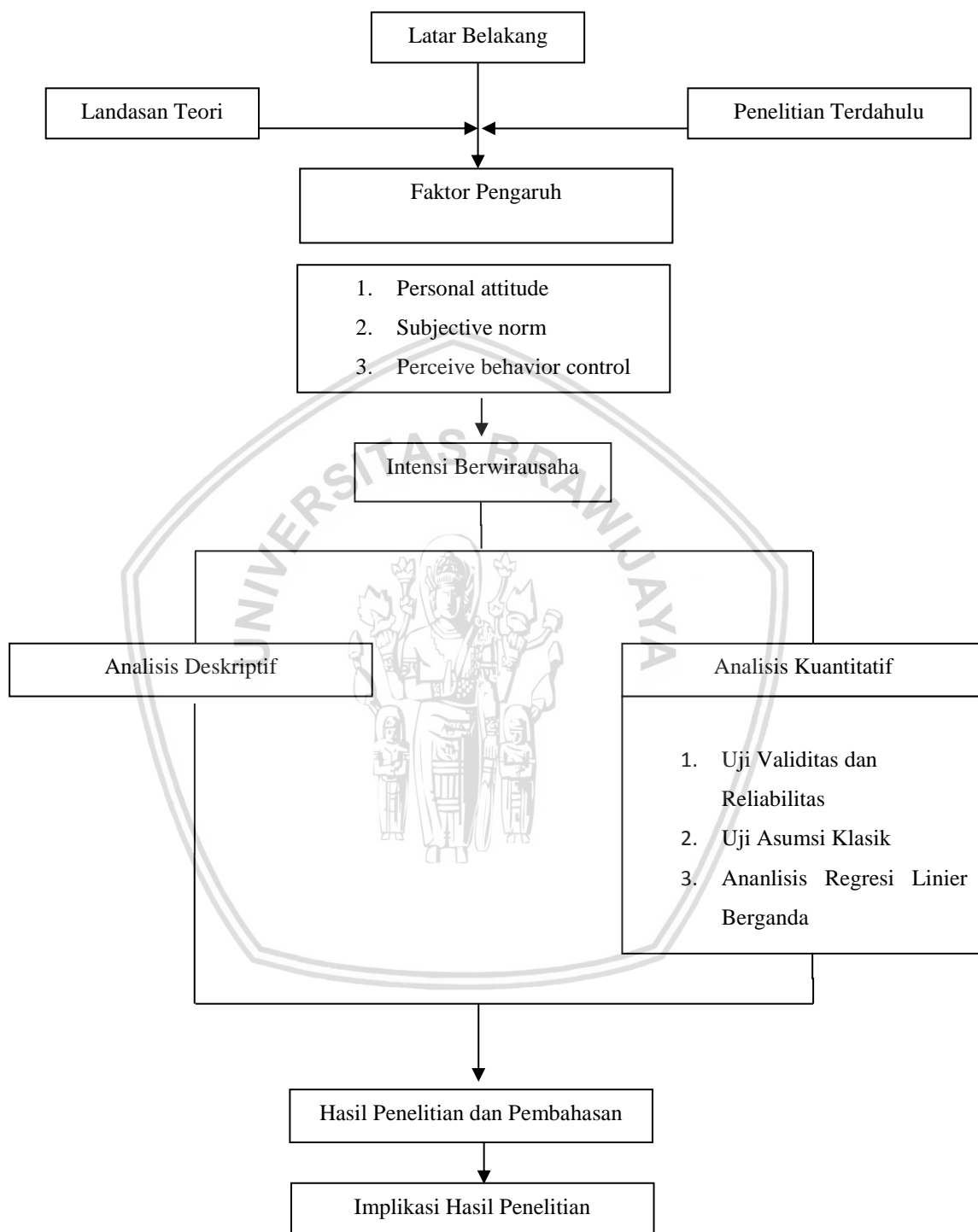
Berdasarkan penelitian dan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa *Perceived Behavioral Control* memiliki pengaruh terhadap intensi individu dalam melakukan perilaku. Untuk memiliki intensi yang kuat untuk berwirausaha, individu harus mempunyai beberapa faktor pendukung untuk menjadi wirausaha.

2.7 Kerangka Pemikiran

Hubungan antara variabel *Personal Attitude*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control* terhadap intensi berwirausaha dapat digunakan sebagai dasar membuat kerangka pemikiran yang akan diuji dalam penelitian ini. Kerangka pemikiran tersebut adalah sebagai berikut :



Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



Sumber : Diolah oleh penulis, 2017

2.8 Hipotesis

Dalam penelitian sebuah hipotesis dapat disimpulkan berdasarkan penelitian terdahulu maupun teori-teori yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan. Model analisis adalah gambar sederhana tentang hubungan antara variabel (Prasetyo Bambang dan Jannah, 2008). Penelitian ini akan menjelaskan konsep *Theory Plan Behavioral* (Azjen, 1991) yang menjelaskan pengaruh tiga variabel yaitu *Personal Attitude*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control* terhadap *Entrepreneurial Intention*. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Patricia P. Iglesias-Sanches et al. (2016) diketahui bahwa variabel *Personal Attitude* (PA), *Social Norm* (SN), *Perceived Behavioral Control* (PBC) terhadap *Entrepreneurial Intention* (EI). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh variabel *Personal Attitude* (PA), *Social Norm* (SN), *Perceived Behavioral Control* (PBC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention*. Selanjutnya dalam penelitian Patricia P. Iglesias-Sanches et al. (2016), variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap intensi berwirausaha adalah *Personal Attitude* (PA).

Berdasarkan rumusan masalah, tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yang telah diteliti dan dijabarkan maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Personal Attitude* (X1) terhadap variabel Intensi Berwirausaha (Y).

H2 : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Subjective Norm* (X2) terhadap variabel Intensi Berwirausaha (Y).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian dapat diartikan sebagai suatu alat atau prosedur yang digunakan atau diterapkan dalam rangka mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menganalisa data atau memecahkan masalah yang dihadapi atau mengembalikan ilmu pengetahuan. Metode penelitian pada dasarnya merupakan suatu cara yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Rancangan penelitian pada dasarnya merupakan keseluruhan proses dan penentuan secara matang hal-hal yang akan dilaksanakan untuk dijadikan pedoman selama pelaksanaan penelitian.

Berdasarkan perumusan masalah dan juga tujuan dilakukannya penelitian ini maka jenis penelitian yang akan di gunakan adalah penelitian eksplanatori. Menurut Sugiyono (2012:12) penelitian eksplanatori merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti dan menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti dengan menggunakan pengujian hipotesis. Berdasarkan pada pengertian tersebut maka alasan dipilihnya model penelitian ini adalah untuk memperjelas hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti berdasarkan fakta-fakta, sifat-sifat serta mengetahui seberapa besar pengaruh variabel -variabel bebas terhadap variabel terikat.

Ditambah dari hasil penelitian ini akan terlihat seberapa besar variabel-variabel bebas memberikan kontribusi terhadap variabel terikat dan besarnya arah hubungan yang terjadi antara dua jenis variabel tersebut, jadi penelitian ini adalah penelitian yang akan menjelaskan pengaruh variabel.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan keadaan yang sebenarnya dari objek yang akan diteliti dan merupakan sumber data bagi penelitian yang akan dilakukan terkait dengan masalah penelitian yang diangkat. Lokasi penelitian ini adalah di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Alasan pemilihan lokasi tersebut adalah karena disiplin ilmu dari jurusan tersebut terkait dengan bidang bisnis, bahkan terdapat mata kuliah kewirausahaan pada kurikulum yang dimiliki, sehingga dapat dikatakan mahasiswa manajemen sebagai calon-calon potensial untuk membuat usaha mandiri.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan suatu kelompok yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014:220). Sedangkan Sekaran (2006:121) menjelaskan bahwa populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal u yang ingin peneliti investigasi. Sesuai dengan masalah penelitian yang telah dirumuskan populasi penelitian adalah mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Terpilihnya jurusan tersebut sebagai populasi adalah sebagai representasi mahasiswa jurusan lainnya, Manajemen adalah jurusan yang paling mengarahkan mahsiswanya untuk berwirausaha didukung dengan mata kuliah kewirausahaan dalam 2 semester secara teori dan praktek/lab.

3.3.2 Sampel

Menurut Sekaran (2014: 81) pengambilan sampel adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat peneliti dapat menggeneralisasikan sifat karakteristiknya tersebut pada elemen populasi. Pengambilan sampel bertujuan untuk mempermudah peneliti mengumpulkan data. Sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi dan menjadi cerminan dari populasi tersebut. Jumlah populasi dalam penelitian ini telah diketahui, yaitu mahasiswa jurusan manajemen angkatan 2015, 2016 dan 2017 dengan total jumlah keseluruhan adalah 788 mahasiswa, dan diketahui setiap angkatan berjumlah sebagai berikut: angkatan 2015 berjumlah 284 mahasiswa, angkatan 2016 berjumlah 294 mahasiswa dan angkatan 2017 berjumlah 210 mahasiswa (manajemen.feb.ac.id/kemahasiswaan). Maka untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin, dapat diketahui dengan cara sebagai berikut:.

Keterangan :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n : Jumlah sampel

N : Jumlah total populasi

e : Batas toleransi error (persen kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir) misal 10% atau 0,1.

Berdasarkan rumus diatas jumlah populasi yang akan diteliti sebanyak 788 mahasiswa, maka sampel yang akan diambil adalah sebesar:

$$n = \frac{788}{1 + 788 (0,1)^2}$$

$$= 88,73$$

Hasil perhitungan untuk menentukan besar sampel menunjukkan hasil perhitungan yaitu sebesar 88,73 atau dibulatkan menjadi 89 orang responden. Berdasarkan hasil perhitungan jumlah sampel, maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 89 orang responden.

Teknik pengambilan sampel menggunakan Populasi mahasiswa manajemen angkatan 2015,2016, dan 2017 yang berjumlah 788 dipilih secara random dengan sistem undian dan setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih hingga terkumpul 89 responden, sehingga teknik yang digunakan adalah Simple Random Sampling.

3.4 Data

3.4.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Sugiyono (2012:225) menyatakan bahwa data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber data oleh peneliti. Untuk mendapatkan data primer peneliti harus mengumpulkan data secara langsung di lapangan. Dalam penelitian

ini data primer didapatkan oleh peneliti berdasarkan jawaban responden melalui kuesioner dan wawancara.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2012:225) data sekunder merupakan data yang tidak didapatkan secara langsung oleh peneliti dari sumber data melainkan didapatkan dari pihak ketiga (instansi pemerintah, perusahaan, lembaga penelitian, dan lain-lain) yang sudah diolah menjadi tabel, grafik, gambar, diagram dan sebagainya. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini misalnya hasil penelitian suatu lembaga, jurnal, dan artikel yang didapatkan dari internet.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang akan digunakan untuk penelitian. Dalam penelitian ini cara yang digunakan untuk mendapatkan data adalah dengan menggunakan kuesioner dan wawancara.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan secara tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2012:143). Pengumpulan data menggunakan kuesioner merupakan cara yang baik untuk jumlah sampel yang banyak karena akan mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data. Dalam kuesioner, responden dapat diberikan pertanyaan tertutup dengan memberikan beberapa jawab atau pertanyaan

terbuka dengan memberikan responden keleluasaan untuk menjawab sesuai dengan pendapat masing-masing responden. Kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari pertanyaan dan pernyataan yang berhubungan dengan pengaruh *Personal Attitude*, *Subjective Norm*, *Perceived Behavioral Control* terhadap Intensi Berwirausaha. Masing-masing variabel diukur dengan menggunakan *skala likert* yang diberi skor 1-5 dimana 1 untuk jawaban sangat tidak setuju dan 5 untuk jawaban sangat setuju.

2. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mencari data-data yang dibutuhkan melalui buku, jurnal ilmiah dan artikel-artikel yang sesuai dengan topik yang diteliti.

3.5 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

3.5.1 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penentuan sifat dari variabel yang akan diteliti sehingga variabel tersebut dapat diukur (Sugiyono, 2012:31). Dalam definisi operasional dijelaskan cara yang akan digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan sifat dari variabel sehingga peneliti yang lain dapat melakukan replikasi pengukuran variabel dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran variabel yang lebih baik. Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel Bebas

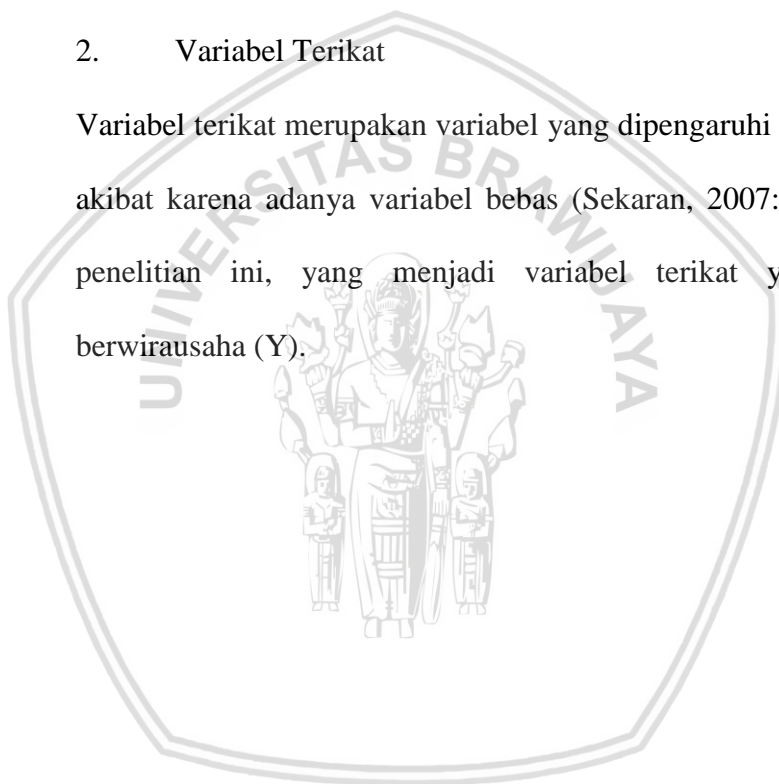
Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat baik secara positif maupun negatif (Sekaran, 2007:117).

Atribut *Plan Behavioral* yang menjadi variabel bebas, yaitu :

- a. *Personal Attitude* (X_1)
- b. *Subjective Norm* (X_2)
- c. *Perceived Behavioral Control* (X_3)

2. Variabel Terikat

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sekaran, 2007:116). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel terikat yaitu intensi berwirausaha (Y).



Tabel 3.1
Indikator Variabel- Variabel dalam Model

Type	Variabel	Indikator	Sumber
Variabel bebas	Daya tarik/ sikap pribadi - PA (X ₁)	Behaviour Belive 1. Unggul (X _{1.1}) 2. Menarik (X _{1.2}) <i>Outcome evaluation</i> Keinginan memanfaatkan peluang (X _{1.3}) Memberikan kepuasan (X _{1.4}) Merupakan preverensi (X _{1.5})	Patricia P.Iglesias-Sanches et al. (2016)
	Presepsi norma sosial / Norma subjektif -SN (X ₂)	Motivation to comply Keluarga dekat setuju (X _{2.1}) Teman- teman setuju (X _{2.2}) Keluarga dekat mendukung (X _{2.3}) Teman- teman mendukung (X _{2.4}) Norma believe Budaya berwirausaha (X _{2.5}) Peran pengusaha (X _{2.6}) Menjadi pengusaha (X _{2.7}) Resiko berwirausaha (X _{2.8})	Linan, F and YW Chen(2009)
	Presepsi kendali perilaku –PBC	Control Belief Sangat mudah (X _{3.1}) Siap (X _{3.2}) Sanggup (X _{3.3}) Tahu apa yang harus dilakukan (X _{3.4}) Paham bagaimana mengembangkan usaha (X _{3.5}) Perceived Power Control Mengenali peluang (X _{3.6}) Kreativitas (X _{3.7}) Problem solving (X _{3.8}) Leadership (X _{1.9}) Inovasi (X _{3.10}) Networking (X _{3.11})	Patricia P.Iglesias-Sanches et al. (2016)
Variabel terikat	Intensi berwirausaha –EI (Y)	Siap melakukan apa saja (Y _{1.1}) Merupakan tujuan utama (Y _{1.2}) Melakukan segala upaya (Y _{1.3})	Patricia P.Iglesias-Sanches et al.

		Sudah mengambil keputusan ($Y_{1.4}$)	(2016)
		Sangat serius memikirkan ($Y_{1.5}$)	
		Berniat memulai suatu bisnis ($Y_{1.6}$)	

Sumber : Data sekunder diolah, 2017.

3.5.2 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala *likert* untuk mengukur variabel-variabel yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2014:15), skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial yang terjadi. Selanjutnya pada penelitian ini menggunakan lima tingkat jawaban pada variabel bebas (X_1, X_2, X_3) dan variabel terikat (Y) yaitu :

1. Jawaban sangat setuju diberi skor 5.
2. Jawaban setuju diberi skor 4.
3. Jawaban netral diberi skor 3.
4. Jawaban tidak setuju diberi skor 2.
5. Jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1.

Berdasarkan skala pengukuran yang digunakan, distribusi jawaban yang diberikan oleh responden akan dibuat rata-rata pada setiap item pertanyaan. Rata-rata tersebut selanjutnya akan diartikan sebagai jawaban yang sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju sesuai dengan besarnya rata-rata tiap item pertanyaan. Untuk menentukan suatu rata-rata mempunyai arti jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju atau sangat setuju harus dicari terlebih dahulu selisih rata-rata antar jawaban. Selisih rata-rata antar jawaban dapat diketahui dengan menggunakan rumus berikut ini :

$$\begin{aligned}\text{Selisih jawaban} &= (\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}) : \text{Jumlah Kelas} \\ &= (5-1):5 = 0,8\end{aligned}$$

Setelah diketahui selisih rata-rata antar jawaban maka dapat ditentukan suatu rata-rata mempunyai arti jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju atau sangat setuju menggunakan selisih jawaban. Tabel 3.2 berikut ini menunjukah arti dari setiap rata-rata.

Tabel 3.2 Arti Jawaban Respoden Berdasarkan Rata-Rata

No.	Rata-rata	Makna Jawaban
1.	1,0-1,8	Sangat tidak setuju
2.	1,8-2,6	Tidak setuju
3.	2,6-3,4	Netral
4.	3,4-4,2	Setuju
5.	4,2-5,0	Sangat setuju

Sumber : Sudarmanto, 2009

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan penyederhanaan suatu data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibicarakan dan diinterpretasikan. Analisis data adalah suatu proses dalam mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian sehingga dapat ditemukan tema lalu dapat dirumuskan hipotesis kerja yang disarankan data. Pada penelitian ini, digunakan analisis regresi berganda.

3.7 Metode Pengujian Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Instrumen yang dipakai dalam penelitian haruslah dapat dipakai dengan baik. Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data dapat digunakan dengan baik atau tidak. Instrumen penelitian yang baik merupakan instrumen penelitian yang valid untuk mendapatkan data. Instrumen penelitian dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat (Arikunto, 2010:211).

Suatu item dapat diketahui valid atau tidaknya dengan cara membandingkan indeks korelasi *product moment pearson* dengan taraf signifikan sebesar 5% sebagai nilai kritisnya. Jika seluruh data yang digunakan dalam penelitian ini 100% valid maka data siap untuk diproses lebih lanjut. Selain metode di atas terdapat metode lain untuk mengetahui suatu item valid atau tidak dengan cara membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut :

$r_{hitung} > r_{tabel}$: valid

$r_{hitung} < r_{tabel}$: tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur apakah sebuah instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian cukup dipercaya sebagai alat pengumpul data (Arikunto, 2010:221). Instrumen penelitian yang reliabel merupakan instrumen penelitian yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur suatu

objek yang sama maka akan mendapatkan hasil yang sama. Reliabilitas diukur dengan menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach*, sebagai berikut :

$$r = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

keterangan :

r = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ_b^1 = Jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

Jika perhitungan validitas lebih besar dari nilai kritisnya pada taraf signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$) dan dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 maka suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel.

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas sangat penting dilakukan pada data yang akan digunakan untuk melakukan uji regresi. Uji normalitas merupakan uji yang mengukur apakah di dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat keduanya memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal (Ghozali, 2011:110). Jika data yang akan digunakan tidak terdistribusi secara normal atau mendekati normal maka uji statistik yang

dilakukan menjadi tidak valid. Dalam uji normalitas, sebuah data yang digunakan dalam penelitian dapat dilihat terdistribusi secara normal atau tidaknya bisa dilihat menggunakan grafik yaitu dengan melihat normal *probability plot* (P-Plot), *probability plot* akan terdapat garis lurus secara diagonal, data yang terdistribusi secara normal maka residual plots akan berada di sekitar garis diagonal tersebut yang berarti model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika residual plots menyebar jauh dari garis diagonal maka data tidak terdistribusi secara normal yang berarti model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak hubungan antar variabel bebas dalam model regresi yang digunakan (Ghozali, 2011:91). Sebuah model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak memiliki korelasi antar variabel bebas. Untuk melihat apakah antara variabel bebas terdapat korelasi atau tidak dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerancenya*. Antara variabel bebas dalam model regresi yang digunakan tidak memiliki hubungan jika nilai $VIF < 10$ atau nilai *tolerancenya* $> 0,10$. Jika setelah dilakukan pengujian tetapi $VIF > 10$ atau nilai *tolerancenya* $< 0,10$ maka terdapat masalah multikolinearitas.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2011:105) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan dengan pengamatan yang lainnya. Model

regresi yang baik adalah model regresi yang homokedastisitas yang berarti varians dari residual suatu pengamatan dengan pengamatan lain sama dan tetap. Model regresi yang bersifat homokedastisitas merupakan model regresi yang memenuhi syarat.

Pada uji heteroskedastisitas yang sering dilakukan, penentuan ada atau tidaknya masalah heteroskedastisitas biasanya dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada *scatterplot* antara nilai ZPRED (prediksi variabel dependen) dengan SRESID (residualnya). Jika dalam grafik *scatterplot* terdapat suatu pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola teratur maka terdapat masalah heteroskedas dalam model regresi. Selanjutnya, jika tidak terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola teratur maka model regresi bebas heteroskedas.

Selain dengan melihat ada atau tidaknya pola pada *scatterplot*, penentuan ada atau tidaknya masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini juga menggunakan uji glejser. Uji glejser juga dilakukan karena cara menentukan ada atau tidaknya masalah heteroskedas dengan melihat grafik *scatterplot* memiliki kekurangan dimana cara ini sangat bersifat subyektif karena tergantung pada subyektifitas setiap orang yang melihat grafik. Maka dari itu, dalam penelitian ini menggunakan uji glejser dalam penentuan ada atau tidaknya masalah heteroskedas. Dasar pengambilan keputusan di dalam uji glejser adalah sebagai berikut :

1. Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

2. Terjadi heteroskedastisitas, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

3.8.4 Uji Linieritas

Uji linier merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat linier atau tidak. Pengujian ini dapat digunakan sebagai syarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Imam Ghazali (2007: 115) menjelaskan bahwa uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Hal tersebut didukung oleh pendapat Purbayu Budi Santosa dan Ashari tentang asumsi linieritas yang menjelaskan “asumsi ini menyatakan bahwa persamaan regresi linier, hubungan antara variabel independen dan dependen harus linier”.

Uji linieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada output SPSS yang mana jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka kesimpulannya terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y). Atau dengan melihat nilai F hitung dan F tabel, Jika nilai F hitung lebih kecil dari F tabel maka dapat diambil kesimpulan terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y).

3.9 Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan metode analisis statistik regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda pada dasarnya merupakan studi mengenai ketergantungan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas,

dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui (Gujarati dalam Ghozali, 2011:81). Persamaan regresi yang digunakan mengacu pada model analisis linier berganda yang diusulkan oleh Sugiyono (2014:235). Persamaan model regresi yang dimaksud adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan :

Y = Nilai hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat

a = Bilangan konstanta sebagai titik potong

b = Koefisien regresi

X = Variabel bebas

e = Standart Error

Karena satuan dari *Personal Attitude*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control* belum sama, maka perlu disamakan dahulu dengan menggunakan *standardize beta*, sehingga tidak ada konstantanya. Oleh karena itu, persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Intensi Berwira Usaha (variabel dependen)

b = Koefisien regresi

X₁ = *Personal Attitude*

X₂ = *Subjective Norm*

X₃ = *Perceived Behavioral Control*

Dari persamaan regresi yang telah dibentuk maka dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh antara beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat dengan melihat besarnya koefisien (β) masing-masing variabel bebas.

3.10 Uji Ketepatan Model (*Goodness of Fit*)

Uji ketepatan model dilakukan untuk melihat apakah model persamaan regresi yang digunakan baik atau tepat. Uji ketepatan model dilakukan dengan cara melakukan uji F yang berarti jika uji F mempunyai hasil yang baik atau signifikan maka dapat dikatakan model persamaan regresi yang digunakan baik atau tepat. Uji F mempunyai kriteria yaitu ketika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dikatakan bahwa model persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini sudah baik atau tepat. Selain itu juga dapat melihat nilai signifikansinya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka juga dapat dikatakan bahwa model persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini baik atau tepat (Sudarmanto, 2009:204).

3.11 Pengujian Hipotesis

3.11.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji perbedaan adalah untuk melihat perbedaan penilaian antara dua jenis karakteristik responden kelompok eksperimen. Kelompok penelitian satu dan kelompok penelitian dua akan dibandingkan untuk melihat bagaimana variabel atribut produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dan dilakukan prosedur statistik uji T untuk sampel bebas yang berfungsi membandingkan rata-rata dari dua

kelompok yang tidak berhubungan satu dengan yang lain dengan tujuan apakah kedua kelompok tersebut mempunyai rata-rata yang sama ataukah tidak secara signifikan (Santoso & Tjiptono 2004). Nilai uji F akan ditentukan yang kemudian hasil dari uji F adalah $>0,05$ maka varian yang diuji dapat diasumsikan sama sehingga pengujian t digunakan *Equal Variance Assumed*. Ketentuan apakah kedua varian sama atau beda adalah jika probabilitas berada diatas 0,05 ($p>0,05$) maka varian dianggap sama begitu pula sebaliknya (Santoso & Tjiptono 2004). Sedangkan untuk besaran signifikansi jika $P<0,05$ dapat dianggap bahwa adanya perbedaan yang signifikan.

3.11.2 Uji Dominan

Uji dominan dilakukan untuk mengetahui dari semua variabel bebas yang ada dalam penelitian, manakah yang memiliki pengaruh paling besar (dominan) terhadap variabel terikat. Cara yang dapat digunakan untuk mengetahui variabel bebas yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat dapat menggunakan *beta standarized* (beta koefisien) (Ghozali, 2007:84). Variabel bebas yang mempunyai koefisien *beta standarized* paling besar dibandingkan dengan variabel bebas yang lainnya, maka variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat.

3.11.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui tingkat ketepatan penggunaan variasi variabel bebas (*Personal Attitude, Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control*) yang ditunjukkan oleh besarnya

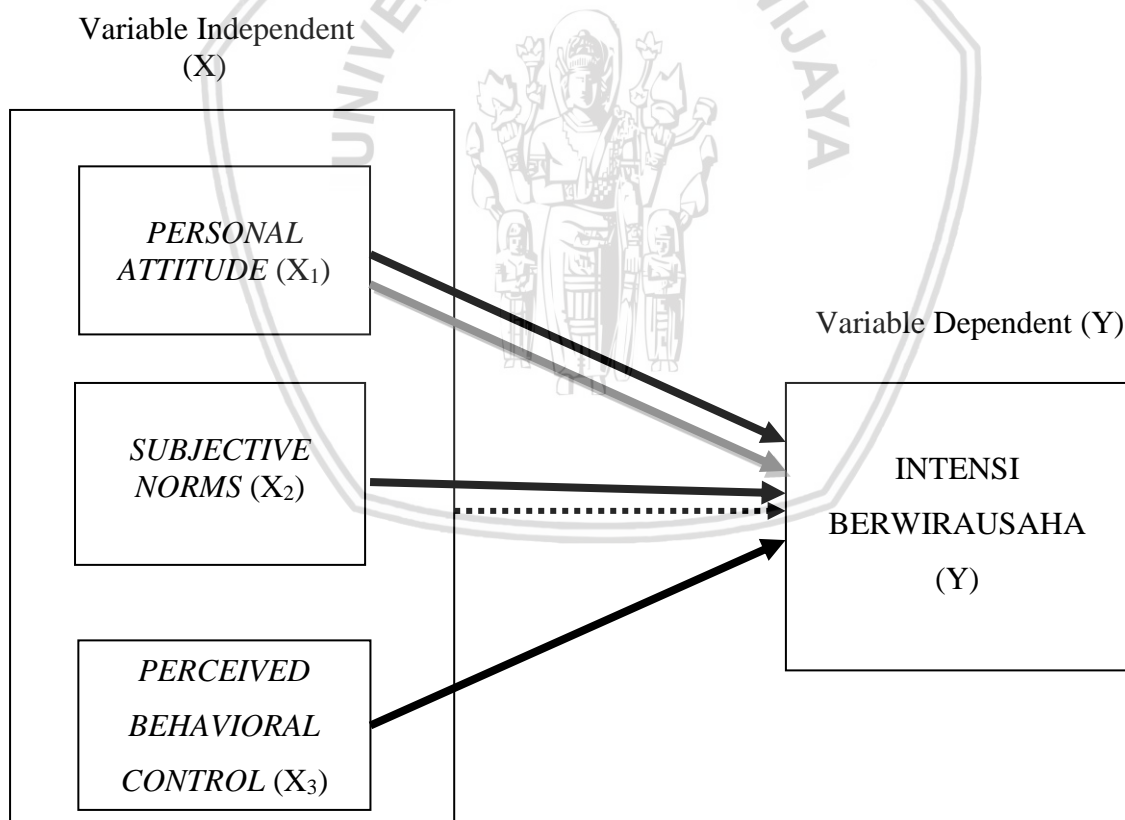
koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Apabila nilai *R Square* (R^2) semakin mendekati angka 1 (satu), hal tersebut mengindikasikan bahwa variabel-variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat dan begitu pula sebaliknya (Ghozali, 2011:97). Dalam penelitian ini yang dijadikan acuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel bebas adalah dengan menggunakan *Adjusted R Square*. Penggunaan *Adjusted R Square* dipilih dikarenakan *R Square* (R^2) mempunyai kelemahan yaitu ketika satu variabel bebas ditambahkan ke dalam model maka nilai *R Square* (R^2) akan selalu meningkat tanpa melihat apakah variabel yang ditambahkan tersebut memiliki korelasi yang signifikan atau tidak dengan variabel terikat atau dengan kata lain terjadi bias. Sebaliknya, jika menggunakan *Adjusted R Square* atau koefisien determinasi yang sudah disesuaikan maka tidak akan terjadi bias dikarenakan jika satu variabel bebas ditambahkan dalam model nilai *Adjusted R Square* dapat naik atau turun sesuai dengan pengaruh variabel bebas yang ditambahkan terhadap variabel terikat.

H3 : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Perceived Behavioral Control* (X3) terhadap variabel Intensi Berwirausaha (Y).




H4 : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Personal Attitude* (X1), *Subjective Norm* (X2) dan *Perceived Behavioral Control* (X3) secara simultan terhadap variabel Intensi Berwirausaha (Y).

H5 : Diduga variabel *Personal Attitude* (X1) berpengaruh paling dominan terhadap variabel Intensi Berwirausaha (Y).

Gambar 2.3
Model Hipotesis Penelitian



Keterangan :

-  Berpengaruh secara parsial
-  Berpengaruh secara simultan
-  Berpengaruh secara dominan

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Universitas Brawijaya

4.1.1 Profil Universitas Brawijaya

Nama Universitas Brawijaya diberikan oleh Presiden Republik Indonesia melalui surat kawat (telegram) Nomor 258/K/61 tanggal 11 Juli 1961. Nama ini berasal dari gelar raja- raja Majapahit yang merupakan kerajaan besar di Indonesia pada abad 12 sampai 15. Universitas Brawijaya dinegerikan berdasarkan Surat Keputusan Presiden Nomor 196 Tahun 1963 dan berlaku sejak 5 Januari 1963. Tanggal tersebut kemudian ditetapkan sebagai hari lahir (*Dies Natalis*) Universitas Brawijaya. Sebelumnya, Universitas Brawijaya dikenal masyarakat umum dengan singkatan UNIBRAW. Pada rapat senat Universitas Brawijaya tanggal 17 Maret 2008, UB ditetapkan sebagai singkatan resmi dari Universitas Brawijaya.

Lagu Hymne Brawijaya diciptakan oleh seorang mahasiswa FKHP bernama Yanardhana pada tahun 1963, sedangkan Mars Universitas Brawijayadiciptakan oleh Lilik Sugiarto 1996. Kedua lagu ini digunakan sampai sekarang. Kampus UB berada di kota Malang, Jawa Timur, dengan lokasi yang mudah terjangkau oleh kendaraan umum, kampus yang asri karena banyaknya pepohonan dan ditunjang hawa dingin kota Malang. Sejarah membuktikan keberadaan kota Malang sebagai kota pendidikan tempat UB tumbuh dan berkembang pesat. Ini tidak terjadi dengan

sendirinya tetapi merupakan proses sejarah yang tidakterpisahkan dari kejayaan Jawa Timur di masa lampau.

Saat ini UB merupakan salah satu Universitas Negeri yang terkemuka di Indonesia yang mempunyai jumlah mahasiswa lebih dari 60.000 orang dari berbagai strata mulai dari Diploma, Program Sarjana, Program Spesialis, Program Magister, dan Program Doktor yang tersebar dalam 15 Fakultas, Dua Program setara Fakultas (embrio fakultas), Satu Program Vokasi, dan SatuProgram Pasca Sarjana.

4.1.2 Visi dan Misi Universitas Brawijaya

1. *Visi*

Menjadi universitas unggul yang berstandar Internasional dan mampu berperan aktif dalam pembangunan bangsa melalui proses pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

2. *Misi*

a. Menyelenggarakan pendidikan berstandar internasionalagar peserta didik menjadi manusia yang berkemampuan akademik dan/atau profesi yang berkualitas dan berkepribadian serta berjiwa dan/atau berkemampuan *entrepreneur*.

b. Melakukan pengembangan dan penyebaran ilmu pengetahuan, teknologi dan seni, serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional.

1. Arah Pengembangan
 - a. Pengembangan UB diarahkan menuju *Word Class, Entrepreneurial University* yang ditetapkan berdasarkan Visi, Misi dan Tujuan UB.
 - b. Tiga aspek yang menjadi perhatian yaitu membantu upaya pengetasan kemiskinan dan pengangguran, akses pendidikan tinggi dan globalisasi pendidikan.
2. Tujuan
 - a. Menghasilkan sumberdaya manusia yang berkualitas, bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, mampu membelajarkan diri, memiliki wawasan yang luas memiliki disiplin dan etos kerja, sehingga menjadi tenaga akademis dan profesional yang tangguh dan mampu bersaing di tingkat Internasional.
 - b. Mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni guna mendorong pengembangan budaya.
 - c. Membantu pemberdayaan masyarakat melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Dari uraian diatas terutama misi Universitas Brawijaya terlihat jelas, keinginan UB untuk menjadikan mahasiswanya memiliki jiwa dan kemampuan *entrepreneurship*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengetahui seberapa jauh Intensi Wirausaha mahasiswa UB dapat menjadi menarik.

4.1.3 Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis UB

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya (FEB UB) didirikan pada 27 Juni 1957 dan diberi nama PTEM (Perguruan Tinggi Ekonomi). Sebagai salah satu Universitas tertua di Indonesia, FEB UB telah mengalami banyak transformasi kelembagaan, yang mengedepankan profesionalisme, integritas dan bertujuan untuk menciptakan lulusan terbaik yang mampu bersaing di era globalisasi.

FEB UB memiliki visi menjadi lembaga pendidikan bertaraf Internasional di bidang ekonomi dan bisnis yang berjiwa kewirausahaan dan berkesadaran ketuhanan, kemanusiaan dan lingkungan.

Dalam menghadapi masyarakat Ekonomi ASEAN yang telah datang (AEC) 2015, partisipasi dan kompetisi dalam menciptakan lulusan yang lebih segar dan layanan. Setelah realisasi target tersebut, FEB UB telah melalui berbagai kegiatan dan kerjasama dengan beberapa perguruan tinggi dari seluruh dunia dan juga telah mencapai akreditasi dari lokal (tingkat A, Badan Akreditasi Nasional) maupun Internasional (ABEST21 dan AACSB).

Dalam melaksanakan tujuan “tri dharma” pendidikan tinggi (pendidikan dan pembelajaran, penelitian dan pengembangan pelayanan masyarakat) FEB UB selalu mendukung setiap upaya perbaikan dan perwujudan kegiatan inovatif yang berada dalam ketentuan poin tri dharma. Semua ini disusun dalam rencana strategi FEB UB untuk 2011-

2021, dimana peningkatan FEB UB dimaksud untuk mampu menghadapi persaingan global ditingkat Internasional dan itu semua dimulai dengan memperkuat dan memperbaiki tata kelola yang baik berdasarkan pemahaman kearifan lokal dan nilai bersama yang memungkinkan untuk meningkatkan semangat perbaikan diri.

Pengajaran dan pembelajaran di FEB UB didukung oleh kualitas dan kuantitas kuliah, sebagian besar dari mereka yang lulus dari berbagai perguruan tinggi luar biasa (dalam dan luar negeri). Selain itu, ada beberapa fasilitas pendukung untuk kegiatan belajar mengajar dan mengutamakan perbaikan dan renovasi fasilitas, seperti perpustakaan dan ruang baca, laboratorium, komputer dan perangkat yang mendukung dalam setiap kelas.

Terakhir, FEB UB akan selalu mentransformasikan dirinya menjadi lembaga pendidikan yang lebih baik, menciptakan lulusan terbaik yang mampu menghadapi persaingan global dan juga membawa kontribusi positif kepada masyarakat. Transformasi ini selalu dilakukan dalam perbaikan aspek internal, yaitu dapat menciptakan masa depan yang lebih baik bagi siswa dengan memberikan pendidikan yang berkualitas.

4.1.4 Profil Jurusan Manajemen FEB UB

Universitas Brawijaya diresmikan sebagai salah satu Universitas Negeri di Indonesia Pada tanggal 5 Januari 1963 dengan Surat Keputusan

Mentri PTIP No. 1 Tahun 1963, dan Fakultas Ekonomi menjadi bagian dari Universitas Brawijaya sejak tanggal 31 Oktober 1961.

Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya mulai melakukan langkah-langkah pengembangan dengan membentuk Jurusan Ekonomi Umum dan Jurusan Ekonomi Perusahaan pada periode kepemimpinan Drs. Harsono, pada tahun 1970 sampai tahun 1976. Jurusan Ekonomi Umum memiliki spesialisasi Teori Ekonomi, sedangkan Jurusan Ekonomi Perusahaan memiliki beberapa spesialisasi, yaitu Pemasaran, Produksi, Keuangan, dan Personalia. Jurusan Ekonomi Perusahaan inilah yang saat ini menjadi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.

Pada saat ini Jurusan Manajemen memiliki beberapa bidang konsentrasi keilmuan, yaitu bidang Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan, Manajemen Operasional, Manajemen Strategidan Manajemen Sumber Daya Manusia. Masing-masing konsentrasi dipimpin oleh seorang koordinator konsentrasi, yang harus melakukan koordinasi dengan Ketua dan Sekretaris Jurusan.

Dalam upaya meningkatkan kualitas dari para mahasiswa dan lulusannya agar dapat memenuhi perkembangan dunia global, maka sejak tahun 2008 Jurusan Manajemen membuka kelas Internasional yang berada di bawah koordinasi Ketua Jurusan Manajemen.

Jumlah mahasiswa yang dimiliki oleh jurusan ini lebih kurang sebanyak 1.500 orang mahasiswa. Para mahasiswa ini berasal dari berbagai

daerah di Indonesia. Proporsi mahasiswa Jurusan Manajemen yang terbesar berasal dari daerah Jawa timur, Kalimantan timur, DKI Jakarta dan Bali. Bagi mahasiswa Jurusan Manajemen yang berasal dari Jawa timur, mayoritas berasal dari Kota dan Kabupaten Malang, disusul dengan Kota dan Kabupaten Blitar, Kota dan Kabupaten Kediri, Kota Surabaya, Kabupaten Jombang, serta Kota dan Kabupaten Mojokerto. Melihat jumlah mahasiswanya yang cukup besar dan berasal dari berbagai daerah di Indonesia dapat disimpulkan bahwa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya merupakan salah satu Jurusan yang memiliki peminat sangat besar.

Visi

Menjadi pusat pendidikan bidang ilmu manajemen terkemuka yang mengutamakan pada pengembangan ilmu pengetahuan dan kepemimpinan serta mampu menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat global.

Misi

- Menyediakan pelayanan pendidikan kepada mahasiswa dalam rangka membentuk kompetensi yang bertaqwa kepada Tuhan YME, berjiwa wirausaha dan berwawasan global.
- Menghasilkan lulusan yang profesional di bidangnya sesuai kebutuhan pengguna.

- Memberikan peluang bagi staf akademik untuk membangun ilmu pengetahuan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang relevan dengan disiplin ilmunya melalui pendidikan formal maupun informal.
- Memberikan penghargaan yang tinggi kepada staf akademik dan mahasiswa jurusan manajemen dalam bentuk peningkatan kesejahteraan dan pengembangan karier.

Tujuan

- Menciptakan relevansi lulusan yang mampu berkompetisi di dalam dan luar negeri, menciptakan iklim akademik yang kondusif, meningkatkan produktivitas dan efisiensi yang tinggi.
- Menumbuhkan jiwa dan budaya kewirausahaan dan kompetensi profesional.

Motto Jurusan

Motto Jurusan Manajemen “Belajar, Berani, Beda”

Belajar

Jurusan Manajemen selalu mengembangkan diri melalui pembelajaran keilmuan dan praktis untuk perbaikan ke depan dari segi kualitas pendidikan, layanan akademik, hubungan dengan masyarakat dan institusi lainnya.

Berani

Motivasi untuk lulusan agar memiliki semangat untuk sikap menjadi

pribadi mandiri yang bermanfaat untuk sekitar. Berani adalah salah satu konsep pribadi seorang *entrepreneur*.

Beda

Kreativitas dan inovasi sebagai cerminan institusi pendidikan sehingga Jurusan Manajemen harus memiliki kelebihan yang berbeda dengan instansi lain dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya yaitu mahasiswa, masyarakat dan pengguna.

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Hasil Penyebaran Kuisisioner

Data penelitian ini diperoleh penulis dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Brawijaya angkatan tahun 2015-2017. Sesuai dengan rencana peneliti ingin memperoleh sampel sasaran minimal sebesar 89 responden kuisisioner yang disebar kepada mahasiswa Jurusan Manajemen sebanyak 89 kuisisioner dan dikembalikan kembali sebanyak 89 kuisisioner. Maka 89 kuisisioner tersebut yang kemudian diolah sebagai data dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.1
Data Hasil Penyebaran Kuisisioner

Keterangan	Jumlah
Kuisisioner yang disebar	89
Kuisisioner yang kembali dalam keadaan utuh	89
(<i>Response</i>)	100%
Kuisisioner yang tidak kembali	-
Kuisisioner yang kembali tapi pengisiannya tidak lengkap	-
Kuisisioner yang kembali tapi tidak diisi	-
Kuisisioner yang layak di analisis	89

Sumber: Diolah oleh penulis, 2017

Pada tabel 4.1 kuisisioner yang kembali dalam keadaan utuh sebanyak 89 eksemplar (*responserate* 100%), sebanyak 89 kuisisioner dapat digunakan untuk diolah karena memenuhi, dan semua jawaban dapat dijawab baik oleh responden. Dan tidak terdapat kuisisioner yang pengisiannya tidak lengkap atau kuisisioner dalam keadaan kosong atau tidak diisi. Karena penentuan sampel dilakukan dengan terlebih dahulu memastikan bahwa responden adalah Mahasiswa Jurusan Manajemen, proses pengambilan sampel menggunakan data mahasiswa yang sudah didapatkan melalui (manajemen.feb.ac.id/kemahasiswaan). Menggunakan teknik sampling yaitu simple random sampling, setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel, sesuai dengan nomor urut yang telah diberikan kepada anggota populasi yang

berjumlah 788, cara pengundian secara satu persatu dilakukan untuk menentukan sampel. Dibantu dengan teman dan pengurus Himpunan Mahasiswa Manajemen, setiap anggota yang terpilih diberikan kuisioner untuk diisi, mengirimkan menggunakan email, jejaring sosial seperti : Line, whatsapp dan instagram. Apabila dalam pengundian mendapat orang yang sama, maka dianggap tidak sah dan dilakukan pengundian kembali serta kertas undian dikembalikan agar jumlah undian tetap pada jumlah 788, hingga terkumpul 89 responden yang merupakan populasi mahasiswa Universitas Brawijaya tahun angkatan 2015, 2016 dan 2017.

4.2.2 Karakteristik Responden

Berdasarkan data yang diperoleh dari 89 responden (mahasiswa) yang merupakan Jurusan Manajemen Universitas Brawijaya, maka didapatkan kondisi responden tentang usia, jenis kelamin, tahun angkatan dan usaha yang dimiliki. Pengolahan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dengan jelas mengenai gambaran data responden tersebut sebagai subjek penelitian. Berdasarkan jenis kelamin dibagi menjadi dua kategori yaitu laki – laki dan perempuan. Pada tabel dibawah ini dapat dilihat presentase responden tentang usia, jenis kelamin, tahun angkatan dan usaha yang dimiliki adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	18 Tahun	2	2,2	2,2	2,2
	19 Tahun	20	22,5	22,5	24,7
	20 Tahun	35	39,3	39,3	64,0
	21 Tahun	19	21,3	21,3	85,4
	22 Tahun	13	14,6	14,6	100,0
Total		89	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian data *SPSS for windows 23.00*

Berdasarkan hasil data tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berdasarkan usia yaitu : usia 18 tahun sebanyak 2 orang mahasiswa (2,2%), usia 19 tahun sebanyak 20 orang mahasiswa (22,5%), usia 20 tahun sebanyak 35 orang mahasiswa (39,3%), sedangkan usia 21 tahun sebanyak 19 orang mahasiswa (21,3%) dan usia 22 tahun sebanyak 13 orang mahasiswa (14,6%).

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	53	59,6	59,6	59,6
	Laki-laki	36	40,4	40,4	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian data *SPSS for windows 23.00*

Berdasarkan hasil data tabel 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah perempuan. Dari 89 responden yang diambil sebagai sampel, laki-laki sebanyak 36 orang mahasiswa Jurusan Manajemen, Universitas Brawijaya (40,4%), sedangkan perempuan yaitu sebanyak 53 orang mahasiswa Jurusan Manajemen, Universitas Brawijaya (59,6%).

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2015	13	14,6	14,6	14,6
	2016	54	60,7	60,7	75,3
	2017	22	24,7	24,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian data *SPSS for windows 23.00*

Berdasarkan hasil data tabel 4.4 diatas, dapat diketahui bahwa responden atau mahasiswa Jurusan Manajemen, Universitas Brawijaya dapat diuraikan berdasarkan tahun angkatan yaitu sebagai berikut: untuk mahasiswa angkatan tahun 2015 sebanyak 13 orang mahasiswa (14,6%), mahasiswa angkatan tahun 2016 sebanyak 54 orang mahasiswa (60,7%) dan mahasiswa angkatan tahun 2017 sebanyak 22 orang mahasiswa (24,7%).

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha yang Dimiliki

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha yang Dimiliki

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fashion	12	13,5	13,5	13,5
	Handicraft / Kerajinan	5	5,6	5,6	19,1
	Kuliner	4	4,5	4,5	23,6
	Pulsa	7	7,9	7,9	31,5
	Tidak Ada	61	68,5	68,5	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Penelitian data *SPSS for windows 23.00*

Berdasarkan hasil data tabel 4.5 diatas, dapat diketahui bahwa responden (mahasiswa Jurusan Manajemen, Universitas Brawijaya) yang berpartisipasi dalam penelitian ini berdasarkan usaha yang dimiliki adalah sebagai berikut: mahasiswa yang memiliki usaha fashion sebanyak 12 orang (13,5%), mahasiswa yang memiliki usaha handicraft/kerajinan sebanyak 5 orang (5,6%), mahasiswa yang memiliki usaha kuliner sebanyak 4 orang (4,5%), mahasiswa yang memiliki usaha pulsa sebanyak 7 orang (7,9%) dan yang tidak atau belum memiliki usaha sebanyak 61 orang (68,5%).

4.3 Gambaran Variabel Yang Diteliti

4.3.1. Distribusi Frekuensi Variabel *Personal Attitude* (X1)

Dalam variabel *Personal Attitude* terdapat lima item pertanyaan yang diberikan kepada responden (mahasiswa) untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.6 :

Tabel 4.6

Distribusi Frekuensi Variabel *Personal Attitude* (X1)

Item	Skala Jawaban										Mean
	5		4		3		2		1		
	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X _{1.1}	25	28,1	55	61,8	9	10,1	0	0	0	0	4,1798
X _{1.2}	20	22,5	62	69,7	7	7,9	0	0	0	0	4,1461
X _{1.3}	30	33,7	58	65,2	1	1,1	0	0	0	0	4,3258
X _{1.4}	23	25,8	65	73,0	1	1,1	0	0	0	0	4,2472
X _{1.5}	28	31,1	60	67,4	1	1,1	0	0	0	0	4,3034
Personal Attitude											4,2404

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Dari Tabel 4.6 diatas, arti angka (skor) 5,4,3,2, dan 1 dalam variabel *Personal Attitude* (X1) adalah sebagai berikut :

- 5 : Sangat Setuju
- 4 : Setuju
- 3 : Netral
- 2 : Tidak Setuju
- 1 : Sangat Tidak Setuju

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 89 responden (mahasiswa) didapatkan penilaian tentang variabel *Personal Attitude*. Hasil deskripsi variabel *Personal Attitude* mempunyai nilai rata-rata sebesar 4,2404. Nilai tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki *Personal Attitude* yang baik dalam melakukan kegiatan yang berhubungan dengan berwirausaha.

4.3.2. Distribusi Frekuensi Variabel *Subjective Norm* (X2)

Dalam variabel *Subjective Norm* terdapat delapan item pertanyaan yang diberikan kepada responden (mahasiswa) untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.7 :

Tabel 4.7

Distribusi Frekuensi Variabel *Subjective Norm* (X2)

Item	Skala Jawaban										Mean
	5		4		3		2		1		
	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X _{2.1}	39	43,8	44	49,4	5	5,6	1	1,1	0	0	4,3596
X _{2.2}	38	42,7	49	55,1	2	2,2	0	0	0	0	4,4045
X _{2.3}	40	44,9	43	48,3	5	5,6	1	1,1	0	0	4,3708
X _{2.4}	39	43,8	49	55,1	1	1,1	0	0	0	0	4,4270
X _{2.5}	44	49,4	39	43,8	5	5,6	1	1,1	0	0	4,4157
X _{2.6}	30	33,7	52	58,4	5	5,6	2	2,2	0	0	4,2360
X _{2.7}	33	37,1	52	58,4	4	4,5	0	0	0	0	4,3258
X _{2.8}	31	34,8	58	65,2	0	0	0	0	0	0	4,3483
Subjective Norm											4,3609

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Dari Tabel 4.7 diatas, arti angka (skor) 5,4,3,2, dan 1 dalam variabel *Subjective Norm* (X2) adalah sebagai berikut :

- 5 : Sangat Setuju
- 4 : Setuju
- 3 : Netral
- 2 : Tidak Setuju
- 1 : Sangat Tidak Setuju

Pada Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa dari 89 responden (mahasiswa), didapatkan penilaian tentang variabel *Subjective Norm*. Hasil

deskripsi variabel *Subjective Norm* mempunyai nilai rata-rata sebesar 4,3609. Nilai tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Brawijaya Jurusan Manajemen memiliki *Subjective Norm* yang baik.

4.3.3 Distribusi Frekuensi Variabel *Perceived Behavioral Control* (X3)

Dalam variabel *Perceived Behavioral Control* terdapat sebelas item pertanyaan yang diberikan kepada responden (mahasiswa) untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.8 :

Tabel 4.8

Distribusi Frekuensi Variabel *Perceived Behavioral Control* (X3)

Item	Skala Jawaban										Mean
	5		4		3		2		1		
	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X _{3,1}	19	21,3	44	49,4	22	24,7	4	4,5	0	0	3,8764
X _{3,2}	15	16,9	50	56,2	22	24,7	2	2,2	0	0	3,8764
X _{3,3}	18	20,2	45	50,6	26	29,2	0	0	0	0	3,9101
X _{3,4}	15	16,9	52	58,4	20	22,5	2	2,2	0	0	3,8989
X _{3,5}	11	12,4	40	44,9	34	38,2	4	4,5	0	0	3,6517
X _{3,6}	14	15,7	41	46,1	29	32,6	5	5,6	0	0	3,7191
X _{3,7}	14	15,7	41	46,1	29	32,6	5	5,6	0	0	3,7191
X _{3,8}	18	20,2	48	53,9	20	22,5	3	3,4	0	0	3,9101
X _{3,9}	22	24,7	39	43,8	19	21,3	9	10,1	0	0	3,8315
X _{3,10}	13	14,6	45	50,6	23	25,8	8	9	0	0	3,7079
X _{3,11}	32	36	45	50,6	12	13,5	0	0	0	0	4,2247
Perceived Behavioral Control											3,8478

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Dari Tabel 4.8 diatas, arti angka (skor) 5,4,3,2, dan 1 dalam variabel *Perceived Behavioral Control* (X3) adalah sebagai berikut :

- 5 : Sangat Setuju
- 4 : Setuju
- 3 : Netral
- 2 : Tidak Setuju
- 1 : Sangat Tidak Setuju

Pada Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 89 responden (mahasiswa), didapatkan penilaian tentang variabel *Perceived Behavioral Control*. Hasil deskripsi variabel *Perceived Behavioral Control* mempunyai nilai rata – rata sebesar 3,8478. Nilai tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Brawijaya Jurusan Manajemen memiliki *Perceived Behavioral Control* yang baik.

4.3.4 Distribusi Frekuensi Variabel Intensi Berwirausaha (Y)

Dalam variabel Intensi Berwirausaha terdapat enam item pertanyaan yang diberikan kepada responden (mahasiswa) untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.9 :

Tabel 4.9

Distribusi Frekuensi Variabel Intensi Berwirausaha (Y)

Item	Skala Jawaban										Mean
	5		4		3		2		1		
	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y _{1.1}	40	44,9	44	49,4	5	5,6	0	0	0	0	4,3933
Y _{1.2}	39	43,8	49	55,1	1	1,1	0	0	0	0	4,4270
Y _{1.3}	30	33,7	55	61,8	3	3,4	1	1,1	0	0	4,2809
Y _{1.4}	44	49,4	39	43,8	5	5,6	1	1,1	0	0	4,4157
Y _{1.5}	26	29,2	62	69,7	1	1,1	0	0	0	0	4,2809
Y _{1.6}	30	33,7	59	66,3	0	0	0	0	0	0	4,3371
Intensi Berwirausaha											4,3358

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Dari Tabel 4.9 diatas, arti angka (skor) 5,4,3,2, dan 1 dalam variabel Intensi Berwirausaha (Y) adalah sebagai berikut :

- 5 : Sangat Setuju
- 4 : Setuju
- 3 : Netral
- 2 : Tidak Setuju
- 1 : Sangat Tidak Setuju

Pada Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 89 responden (mahasiswa), didapatkan penilaian tentang variabel Intensi Berwirausaha. Hasil deskripsi variabel intensi berwirausaha mempunyai nilai rata-rata sebesar 4,3358. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden mempunyai tingkat intensi berwirausaha yang tinggi.

4.4 Uji Instrumen Penelitian

Kuesioner dalam penelitian ini digunakan sebagai metode pengumpulan data dan SPSS Statistics Data Editor versi 23,00 sebagai alat untuk melakukan analisis data. Oleh karena itu, dalam analisa yang dilakukan lebih bertumpu pada skor responden pada tiap-tiap pengamatan. Sedangkan benar tidaknya skor responsi tersebut tergantung pada pengumpulan data. Instrumen pengumpulan data yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel.

4.4.1 Uji Validitas

Pengujian validitas sangat diperlukan dalam suatu penelitian, khususnya yang menggunakan kuesioner dalam memperoleh data. Pengujian validitas dimaksudkan untuk mengetahui keabsahan menyangkut pemahaman mengenai keabsahan antara konsep dan kenyataan empiris. Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur atau dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing faktor atau variabel dengan total faktor atau variabel tersebut dengan menggunakan korelasi (r) product moment.

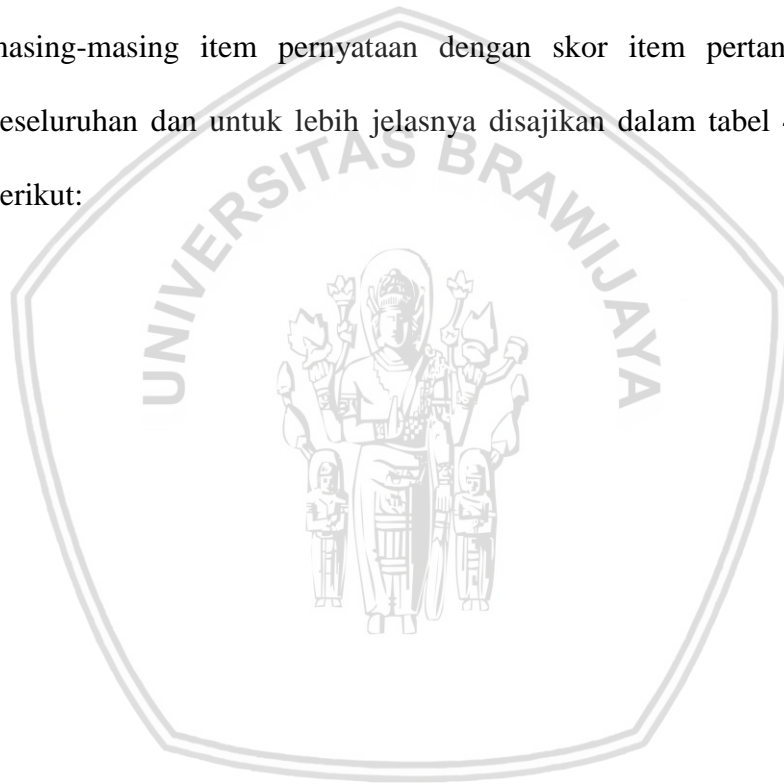
Kriteria pengujian untuk menerima atau menolak hipotesis adanya pernyataan yang valid atau tidak dapat dilakukan dengan:

$H_0 : r = 0$, tidak terdapat data yang valid pada tingkat Kesalahan(α) 5%.

$H_1 : r \neq 0$, terdapat data yang valid pada tingkat Kesalahan(α) 5%.

Hipotesa nol (H_0) diterima apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, demikian sebaliknya hipotesa alternatif (H_1) diterima apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.

Pengujian validitas yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS version 23.00 dimana korelasi product moment menghasilkan nilai masing-masing item pernyataan dengan skor item pertanyaan secara keseluruhan dan untuk lebih jelasnya disajikan dalam tabel 4.10 sebagai berikut:



Tabel 4.10

Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
<i>Personal Attitude (X1)</i>	X1.1	0,636	0,2084	Valid
	X1.2	0,625	0,2084	Valid
	X1.3	0,616	0,2084	Valid
	X1.4	0,655	0,2084	Valid
	X1.5	0,675	0,2084	Valid
<i>Subjective Norm (X2)</i>	X2.1	0,682	0,2084	Valid
	X2.2	0,639	0,2084	Valid
	X2.3	0,714	0,2084	Valid
	X2.4	0,662	0,2084	Valid
	X2.5	0,714	0,2084	Valid
	X2.6	0,771	0,2084	Valid
	X2.7	0,596	0,2084	Valid
	X2.8	0,524	0,2084	Valid
<i>Perceived Behavioral Control (X3)</i>	X3.1	0,622	0,2084	Valid
	X3.2	0,593	0,2084	Valid
	X3.3	0,658	0,2084	Valid
	X3.4	0,602	0,2084	Valid
	X3.5	0,816	0,2084	Valid
	X3.6	0,822	0,2084	Valid
	X3.7	0,754	0,2084	Valid
	X3.8	0,561	0,2084	Valid
	X3.9	0,685	0,2084	Valid
	X3.10	0,677	0,2084	Valid
	X3.11	0,308	0,2084	Valid
<i>Intensi Berwirausaha (Y)</i>	Y1	0,685	0,2084	Valid
	Y2	0,642	0,2084	Valid
	Y3	0,54	0,2084	Valid
	Y4	0,733	0,2084	Valid
	Y5	0,463	0,2084	Valid
	Y6	0,597	0,2084	Valid

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Dari tabel 4.10 di atas dapat dilihat bahwa hasil uji validitas tiap pernyataan memiliki nilai $r \text{ hitung} \geq r \text{ table}$ ($DF-2=89-2=87$, sebesar

0,2084), yang berarti tiap-tiap pernyataan pada variabel *Personal Attitude* (X1), *Subjective Norm* (X2), *Perceived Behavioral Control* (X3) dan Intensi Berwirausaha (Y) dinyatakan valid dan bisa digunakan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian ini.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan tingkat kemantapan, keajegan dan ketepatan suatu alat ukur atau uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran relatif konsisten apabila dilakukan pengukuran ulang. Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana jawaban seseorang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Arikunto menjelaskan tentang reliabilitas sebagai berikut :

“Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik “

Teknik pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan nilai koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha. Kriteria pengambilan keputusannya adalah apabila nilai dari koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha \geq dari 0,6 maka variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel (handal) atau dengan cara membandingkan nilai Cronbach's Alpha dengan nilai r tabel, dimana nilai Cronbach's Alpha \geq nilai r tabel dengan nilai signifikansi 5% (0,05).

Tabel 4.11

Uji Reliabilitas Variabel *Personal Attitude* (X₁), *Subjective Norm* (X₂),
Perceived Behavioral Control (X₃) dan Intensi Berwirausaha (Y)

Variabel	Perbandingan Cronbach's Alpha		
	Cronbach's Alpha	$\alpha > 60\%$	Keterangan
<i>Personal Attitude</i> (X ₁)	0,636	0,60	Reliabel
<i>Subjective Norm</i> (X ₂)	0,820	0,60	Reliabel
<i>Perceived Behavioral Control</i> (X ₃)	0,863	0,60	Reliabel
<i>Intensi Berwirausaha</i> (Y)	0,668	0,60	Reliabel

Sumber : Diolah dari data primer, 2017

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk uji reliabilitas pada tabel 4.11 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* atas *Personal Attitude* (X₁) sebesar $0,636 \geq 0,60$ yang berarti semua item pada variabel tersebut reliabel, nilai *Cronbach's Alpha* atas *Subjective Norm* (X₂) sebesar $0,820 \geq 0,60$ yang berarti semua item pada variabel tersebut reliabel, nilai *Cronbach's Alpha* atas *Perceived Behavioral Control* (X₃) sebesar $0,863 \geq 0,60$ yang berarti semua item pada variabel tersebut reliabel dan nilai *Cronbach's Alpha* atas Intensi Berwirausaha (Y) sebesar $0,668 \geq 0,60$ yang berarti semua item pada variabel tersebut reliabel (konsisten).

4.5 Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik ini harus dilakukan pengujiannya untuk memenuhi penggunaan regresi linier berganda. Setelah diadakan perhitungan regresi

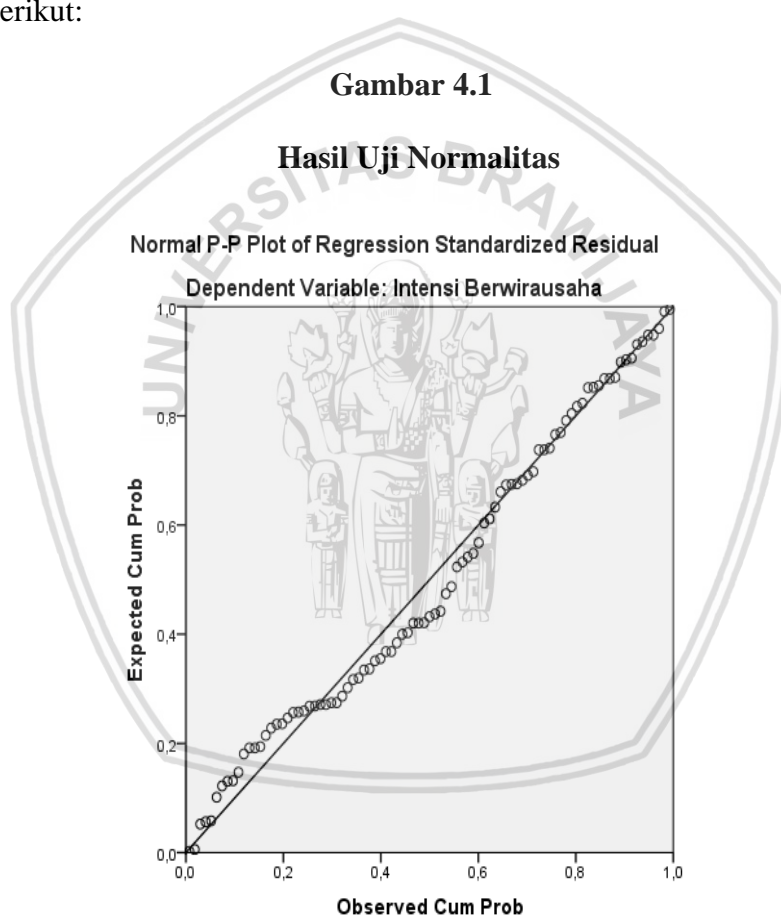
berganda melalui alat bantu SPSS Statistics Data Editor versi 23.00 diadakan pengujian uji asumsi klasik regresi. Hasil pengujian disajikan sebagai berikut :

4.5.1 Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Prosedur uji dilakukan dengan normal P-Plot of Regression sebagai berikut:

Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil Penelitian data *SPSS for windows 23.00*

Berdasarkan hasil uji normalitas serta sesuai dengan gambar grafik *normal probability plot* yang ada pada lampiran, deteksi normalitas dapat dilihat dari penyebaran titik-titik pada sumbu diagonal dari grafik. Dalam grafik terlihat data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah

garis diagonal. Dengan demikian, maka model regresi dalam penelitian ini sudah memenuhi asumsi uji normalitas. Sehingga model regresi yang diajukan dapat digunakan untuk melakukan penelitian terhadap pengaruh *Personal Attitude* (X1), *Subjective Norm* (X2), *Perceived Behavioral Control* (X3) dan Intensi Berwirausaha (Y)

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas (independen) yang saling berhubungan. Untuk dapat menentukan apakah terdapat multikolinearitas dalam model regresi pada penelitian ini adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*). Apabila nilai tolerance $\geq 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.12 :

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Personal Attitude	,776	1,289
	Subjective Norm	,791	1,265
	Perceived Behavioral Control	,949	1,054

a. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha

Sumber: Hasil Penelitian data SPSS for windows 23.00

Berdasarkan Tabel 4.12, berikut hasil pengujian dari masing-masing variabel bebas:

- Tolerance untuk *Personal Attitude* adalah 0,776.
- Tolerance untuk *Subjective Norm* adalah 0,791.
- Tolerance untuk *Perceived Behavioral Control* adalah 0,949.

Pada hasil pengujian didapat bahwa keseluruhan nilai tolerance $\geq 0,10$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Uji multikolinearitas dapat pula dilakukan dengan cara membandingkan nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*) dengan angka 10. Jika nilai $VIF \geq 10$ maka terjadi multikolinearitas. Berikut hasil pengujian masing-masing variabel bebas :

- VIF untuk *Personal Attitude* adalah 1,289.
- VIF untuk *Subjective Norm* adalah 1,265.
- VIF untuk *Perceived Behavioral Control* adalah 1,054.

Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas karena nilai VIF masing-masing variabel $\leq 10,00$. Dengan demikian model regresi yang diajukan dapat dilanjutkan untuk dianalisa karena asumsi klasik yang meliputinya tidak ada gejala multikolinearitas.

4.5.3 Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah data variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik khususnya dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian dilakukan pada program *SPSS for*

windows 23.00 dengan menggunakan *test for linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel tersebut dikatakan linier apabila nilai signifikansi (*Deviation from Linearity*) lebih besar dari 0,05 sedangkan jika signifikansi kurang dari 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear dari kedua variabel tersebut.

Tabel 4.13
Uji Linieritas

Variabel	F	Deviation from Linearity	Keterangan
X1 - Y	1,098	0,371	Linier
X2 - Y	1,617	0,105	Linier
X3 - Y	1,474	0,118	Linier

Sumber : Diolah dari data Primer, 2017

Berdasarkan Tabel 4.13 didapatkan nilai signifikansi (*Deviation from Linearity*) variabel penelitian lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi linieritas data penelitian ini telah memenuhi syarat karena semua memiliki nilai $p > 0,05$.

Dengan terpenuhi seluruh asumsi klasik regresi di atas maka dapat dikatakan model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sudah layak atau tepat. Sehingga dapat diambil interpretasi dari hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan.

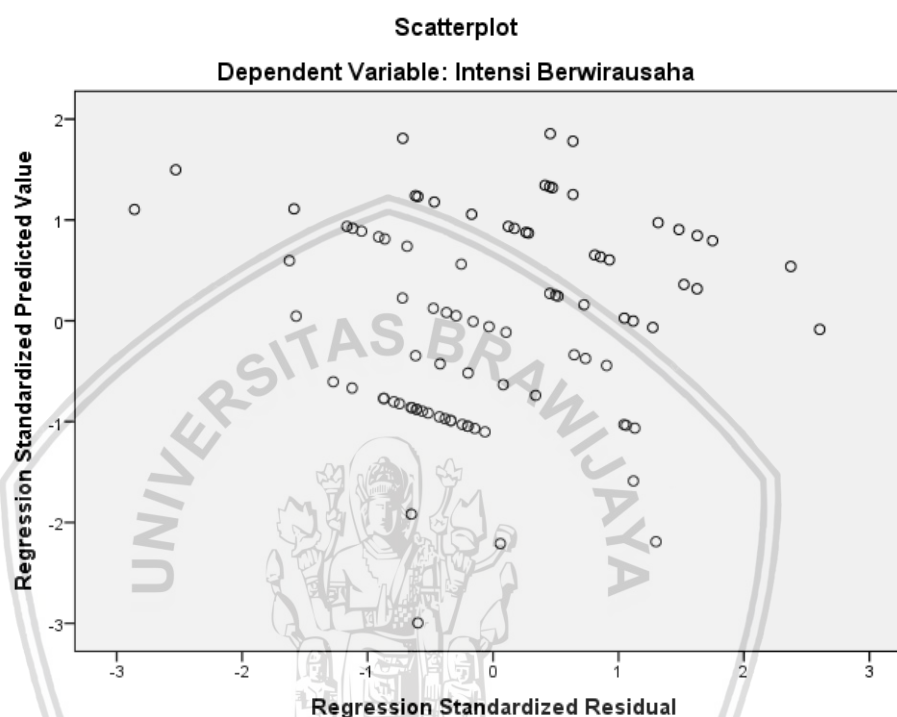
4.5.4 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan nilai simpangan residual akibat besar kecilnya nilai salah satu variabel bebas. Atau adanya perbedaan nilai ragam dengan semakin

meningkatnya nilai variabel bebas. Prosedur uji dilakukan dengan Uji scatter plot. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.2

Gambar 4.2

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Penelitian data SPSS for windows 23.00

Dari hasil pengujian tersebut didapat bahwa diagram tampilan *scatterplot* menyebar dan tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa sisaan mempunyai ragam homogen (konstan) atau dengan kata lain tidak terdapat gejala heterokedastisitas. Untuk meningkatkan keakuratan uji heteroskedastisitas maka data penelitian ini diuji menggunakan metode glejser. Dasar pengambilan keputusan uji glejser adalah apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka data penelitian bebas dari heterokedastisitas.

Hasil uji menggunakan metode glejser nampak pada Tabel 4.14 berikut ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,818	,707		-1,157	,251
	Personal Attitude	,052	,033	,189	1,604	,112
	Subjective Norms	,021	,017	,145	1,241	,218
	Perceived Behavioral Control	-,010	,009	-,118	-1,102	,274

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Hasil Penelitian data SPSS for windows 23.00

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel independen yaitu *Personal Attitude*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control* memiliki nilai signifikansi lebih dari $> 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4.6 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen (bebas) yaitu *Personal Attitude* (X_1), *Subjective Norm* (X_2), *Perceived Behavioral Control* (X_3) dengan variabel terikat (dependen) yaitu Intensi Berwirausaha (Y).

4.6.1 Persamaan Regresi

Persamaan regresi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antar variabel-variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan menggunakan bantuan *SPSS for windows 23.00* didapat model regresi seperti pada Tabel 4.15 :

Tabel 4.15

Rangkuman Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2,542	1,239		,043
	Personal Attitude	,133	,057	,108	,022
	Subjective Norm	,552	,030	,852	,000
	Perceived Behavioral Control	,035	,016	,095	,026

a. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha
Sumber: Hasil Penelitian data *SPSS for windows 23.00*

Model regresi yang digunakan adalah *standardized regression*, yang pengukurannya menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok. Dalam *standardized regression*, ukuran variabel atau ukuran jawabannya telah disamakan. Adapun persamaan regresi yang didapatkan berdasarkan Tabel 4.15 adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,108X_1 + 0,852X_2 + 0,95X_3$$

Dari persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Y = Variabel dependen (terikat) yang nilainya akan dipengaruhi oleh variabel independen (bebas). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel

dependen adalah Intensi Berwirausaha, sedangkan yang menjadi variabel independen adalah *Personal Attitude*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control*

b_1 = Koefisien regresi variabel *Personal Attitude* (X_1) sebesar 0,108 berarti jika variabel independen lainnya (*Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control*) nilainya tetap dan *Personal Attitude* (X_1) mengalami kenaikan 1%, maka Intensi Berwirausaha akan meningkat sebesar 0,108. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara *Personal Attitude* (X_1) terhadap Intensi Berwirausaha (Y).

b_2 = Koefisien regresi variabel *Subjective Norm* (X_2) sebesar 0,852 berarti jika variabel independen lainnya (*Personal Attitude* dan *Perceived Behavioral Control*) nilainya tetap dan *Subjective Norm* (X_2) mengalami kenaikan 1%, maka Intensi Berwirausaha akan meningkat sebesar 0,852. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara *Subjective Norm* (X_2) terhadap Intensi Berwirausaha (Y).

b_3 = Koefisien regresi variabel *Perceived Behavioral Control* (X_3) sebesar 0,95 berarti jika variabel independen lainnya (*Personal Attitude* dan *Subjective Norm*) nilainya tetap dan *Perceived Behavioral Control* (X_3) mengalami kenaikan 1%, maka Intensi Berwirausaha akan meningkat sebesar 0,95. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara *Perceived Behavioral Control* (X_3) terhadap Intensi Berwirausaha (Y).

4.6.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besar kontribusi variabel bebas yaitu *Personal Attitude* (X_1), *Subjective Norm* (X_2) dan *Perceived Behavioral Control* (X_3) terhadap variabel terikat yaitu Intensi Berwirausaha (Y) dapat dilihat dari koefisien determinasi (R^2) dimana $0 < R^2 < 1$. Hal ini menunjukkan jika nilai R^2 semakin dekat dengan 1 maka hal tersebut mengindikasikan bahwa variable-variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat dan begitu pula sebaliknya. Besarnya koefisien determinasi dihitung dengan menggunakan rumus : $R = r^2 \times 100\%$ dimana : R = koefisien determinasi sedangkan r = koefisien korelasi. Seperti yang terlampir dalam Tabel 4.16 dibawah ini:

Tabel 4.16
Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,927 ^a	0,86	0,855	0,77788	0,86	173,496	3	85	0	1,3

a. Predictors: (Constant), Perceived Behavioral Control, Subjective Norm, Personal Attitude

b. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha

Sumber : Hasil Penelitian data *SPSS for windows* 23.00

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisis pada Tabel 4.16 diperoleh hasil *adjusted R²* (koefisien determinasi) sebesar 0,860. Artinya bahwa 86,00% variabel Intensi Berwirausaha akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu *Personal Attitude* (X_1), *Subjective Norm* (X_2), dan *Perceived Behavioral Control*

(X₃). Sedangkan sisanya 14,00% variabel intensi berwirausaha akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Dari hasil analisis regresi berganda, dapat dilihat pula koefisien korelasi (R) seperti pada Tabel 4.17 :

Tabel 4.17 Arti Hasil Koefisien Korelasi

• 0,00 – 0,199=Sangat Rendah
• 0,20 – 0,399 =Rendah
• 0,40 – 0,599 =Sedang
• 0,60 – 0,799 =Kuat
• 0,80 – 1,000 =Sangat Kuat

- Sumber: Sugiyono

Berdasarkan Tabel 4.17 diatas diperoleh angka R sebesar 0,927. Hal ini menunjukkan angka R dengan korelasi 0,80 - 1,000 memiliki hubungan yang sangat kuat antara *Personal Attitude* (X₁), *Subjective Norm* (X₂) dan *Perceived Behavioral Control* (X₃) dengan Intensi Berwirausaha (Y).

4.6.3 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (t test / Parsial)

Menurut Sugiyono (2012:270) dalam bukunya Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D menyatakan bahwa :

“Uji t berguna untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen”

Adapun syarat dalam pengujian hipotesis tersebut sebagai berikut :

a. Jika nilai Sig > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak. Maka, suatu variabel independen secara individu tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Jika nilai Sig < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Maka, suatu variabel independen secara individu mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil dari uji t dapat dilihat pada tabel 4.18 :

Tabel 4.18

Hasil Uji t / Parsial

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2,542	1,239		,043
	Personal Attitude	,133	,057	,108	,022
	Subjective Norm	,552	,030	,852	,000
	Perceived Behavioral Control	,035	,016	,095	,026

a. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha
Sumber : Hasil Penelitian data SPSS for windows 23.00

Berdasarkan Tabel 4.18 diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Pengujian Hipotesis Pertama

H1 : *Personal Attitude* (X₁) berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha (Y).

Variabel independen *Personal Attitude* (X₁) memiliki uji t hitung sebesar $2,333 \geq t \text{ tabel } (df=n-k=89-4=85, \alpha = 0,05 \text{ sehingga } t \text{ tabel } = 1,98827)$ dan nilai Signifikansi 0,022 lebih kecil dari 0,05,

maka H1 diterima yang berarti Variabel *Personal Attitude* (X_1) berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha (Y).

2. Pengujian Hipotesis Kedua

H2 : *Subjective Norm* (X_2) berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha (Y).

Variabel independen *Subjective Norm* (X_2) memiliki uji t hitung sebesar $18,632 \geq t$ tabel yaitu 1,98827 dan nilai Signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka H2 diterima yang berarti Variabel *Subjective Norm* (X_2) berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha (Y).

3. Pengujian Hipotesis Ketiga

H3 : *Perceived Behavioral Control* (X_3) berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha (Y).

Variabel independen *Perceived Behavioral Control* (X_3) memiliki uji t hitung sebesar $2,272 \geq t$ tabel yaitu 1,98827 dan nilai Signifikansi 0,026 lebih kecil dari 0,05, maka H3 diterima yang berarti Variabel *Perceived Behavioral Control* (X_3) berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha (Y).

4.6.4 Hasil Uji Dominan

Untuk menentukan variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel Y, dapat dilakukan dengan membandingkan koefisien regresi (β) antara variabel yang satu dengan yang lain. Variabel independen yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel Y adalah variabel yang memiliki koefisien regresi yang paling besar.

Untuk membandingkan koefisien regresi masing-masing variabel independen, disajikan tabel sebagai berikut:

Tabel 4.19

Hasil Uji Dominan

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,542	1,239		2,051	,043
	Personal Attitude	,133	,057	,108	2,333	,022
	Subjective Norm	,552	,030	,852	18,632	,000
	Perceived Behavioral Control	,035	,016	,095	2,272	,026

a. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha

Sumber : Hasil Penelitian data *SPSS for windows 23.00*

Berdasarkan Tabel 4.19 diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Pengujian Hipotesis Kelima

H5 : Diduga variabel *Personal Attitude* (X1) berpengaruh paling dominan terhadap variabel Intensi Berwirausaha (Y).

Variabel *Subjective Norm* (X₂) adalah variabel yang memiliki nilai koefisien regresi yang paling besar yaitu sebesar 0,852. Artinya, variabel Y lebih banyak dipengaruhi oleh variabel *Subjective Norm* dibandingkan dengan variabel *Personal Attitude* yang memiliki nilai koefisien regresi hanya sebesar 0,108. Koefisien yang dimiliki oleh variabel *Subjective Norm* bertanda positif, hal ini menunjukkan hubungan yang searah (positif) sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik variabel *Subjective Norm* (X₂) maka semakin meningkatnya Intensi

Berwirausaha (Y). Hal ini menyatakan bahwa H_5 ditolak dimana variabel yang berpengaruh paling dominan adalah variabel *Personal Attitude* (X1).

4.6.5 Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F/ANOVA)

Menurut Sugiyono (2012:270) dalam buku Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D menyatakan bahwa :

“Uji F atau Anova digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen”

Hasil untuk memutuskan hipotesis diterima atau ditolak dapat dilakukan dengan syarat sebagai berikut :

1. Jika nilai Sig > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka, suatu variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai Sig < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka, suatu variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil penelitian Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F) atau (ANOVA) dapat dilihat pada tabel 4.20 :

Tabel 4.20
Uji F / ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	314,948	3	104,983	173,496	,000 ^b
	Residual	51,434	85	,605		
	Total	366,382	88			

a. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Perceived Behavioral Control, Subjective Norm, Personal Attitude

Sumber : Hasil Penelitian data *SPSS for windows 23.00*

Dari tabel 4.20 diatas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengujian Hipotesis Keempat

H4 : *Personal Attitude* (X_1), *Subjective Norm* (X_2), dan *Perceived Behavioral Control* (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha (Y).

Pada tabel di atas, terdapat nilai Sig sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 atau dengan melihat nilai F hitung sebesar 173,496. Sedangkan F tabel ($\alpha = 0,05$; db regresi = 3 ; db residual = 85) adalah sebesar 2,71. Karena F hitung > F tabel yaitu 173,496 > 2,71 maka H4 diterima yang berarti *Personal Attitude* (X_1), *Subjective Norm* (X_2) dan *Perceived Behavioral Control* (X_3) berpengaruh secara signifikan bila diuji secara simultan terhadap Intensi Berwirausaha (Y).

4.7 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan dilakukan beberapa pengujian sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada 89 orang responden, kemudian dilakukan uji validitas dan uji reabilitas untuk membuktikan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dapat digunakan dengan baik. Setelah lolos dalam uji instrumen selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji linieritas dan uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser. Data yang sudah memenuhi uji asumsi klasik selanjutnya dilakukan uji regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Langkah terakhir yaitu melakukan uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan, parsial dan

4.7.1 Pengaruh Signifikan Antara Variabel *Personal Attitude* Terhadap Variabel Intensi Berwirausaha

Pengujian hipotesis ini menghasilkan kesimpulan bahwa *Personal Attitude* berpengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha (dapat dilihat di tabel 4.18), sehingga H1 yang menduga bahwa variabel *Personal Attitude* mempunyai pengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel intensi berwirausaha diterima. Mahasiswa Manajemen memiliki *Personal Attitude* yang tinggi, *Personal Attitude*/sikap merupakan evaluasi positif atau negatif dalam melakukan perilaku, sikap terhadap perilaku menunjukkan tingkatan seseorang mempunyai evaluasi yang baik atau kurang baik tentang suatu perilaku tertentu (Nazar dan Syahrani, 2008). Hal

ini menjelaskan bahwa mahasiswa Manajemen memiliki evaluasi positif terhadap perilaku berwirausaha, maka mahasiswa Manajemen akan mudah menerima perilaku berwirausaha yang akan berpengaruh pada intensi mahasiswa dalam memunculkan perilaku berwirausaha.

Personal Attitude ternyata cukup untuk mendorong secara langsung intensi berwirausaha mahasiswa manajemen, dalam hal ini *personal attitude* memiliki dua indikator yaitu *behaviour belief* dan *evaluation of behaviour belief* pengertian dari dua indikator tersebut adalah *behavioral belief* merupakan suatu keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap perilaku dan merupakan keyakinan yang akan mendorong terbentuknya sikap *evaluation of behavioral belief* adalah evaluasi positif atau negatif individu terhadap perilaku tertentu berdasarkan keyakinan yang dimilikinya. Mahasiswa manajemen memiliki keyakinan yang besar terhadap perilaku berwirausaha, keyakinan tersebut yang akan mendorong mahasiswa memiliki sikap positif terhadap perilaku berwirausaha, mahasiswa manajemen juga memiliki evaluasi positif terhadap perilaku berwirausaha dimana mahasiswa manajemen menilai bahwa menjadi wirausaha memberikan kepuasan dan pilihan yang baik sebagai pekerjaan.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Patricila P.Iglesias et al. (2016) yang mengukur *personal attitude* berpengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha. Carla S. Marquest et al. (2012) juga menemukan adanya pengaruh secara simultan antara variabel *personal attitude* terhadap intensi berwirausaha.

4.7.2 Pengaruh Signifikan Antara Variabel *Subjective Norm* Terhadap Variabel Intensi Berwirausaha

Variabel *Subjective Norm* berpengaruh secara signifikan terhadap Intensi Berwirausaha (dapat dilihat di tabel 4.18). Dari hal tersebut, dapat menjelaskan bahwa dukungan dari orang terdekat sangat berpengaruh terhadap intensi berwirausaha mahasiswa, pengertian dari norma *subjective* adalah ukuran tekanan sosial untuk menentukan apakah perilaku individu perlu dilakukan atau tidak (Ajzen , 2006), norma sosial *subjective* mengacu pada persepsi kelompok tertentu “*reference people*” yang menyetujui dalam menentukan suatu keputusan. Oleh karena itu, dapat dijelaskan bahwa semakin individu mempersepsikan bahwa *sosial reference* yang mereka miliki mendukung mereka untuk melakukan suatu perilaku maka individu tersebut cenderung akan merasakan tekanan untuk melakukan perilaku tersebut.

Mahasiswa manajemen memiliki dukungan yang besar dari teman, peran keluarga, dan orang-orang yang ada di sekitarnya dalam berwirausaha, hal ini tercermin dalam setiap kegiatan yang ada di Jurusan Manajemen seperti: kegiatan perkuliahan, UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) dan seminar yang diselenggarakan pihak Jurusan, dukungan yang dilakukan untuk mahasiswa sangatlah besar agar mahasiswa menjadi wirausaha. Hasil penelitian selaras dengan pemaparan yang dilakukan Patricila P. et al. (2016) yang menyatakan *Subjective Norm* berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha. Carla S. et al. (2012) juga

mendukung hasil penelitian ini, yang menyatakan bahwa *Subjective Norm* berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha.

4.7.3 Pengaruh Signifikan Antara Variabel *Perceived Behavioral Control* Terhadap Variabel Intensi Berwirausaha

Variabel *Perceived Behavioral Control* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Intensi Berwirausaha (dapat dilihat di tabel 4.18). Menjelaskan bahwa keyakinan mahasiswa terhadap kemampuannya dalam memulai berwirausaha membuat semakin besar intensi mahasiswa untuk berwirausaha. *Perceived Behavioral Control* adalah perasaan mudah atau sulit melakukan perilaku dan diasumsikan untuk merefleksikan pengalaman masa lalu dan mengantisipasi permasalahan (Ajzen 2006). Individu yang memiliki ekspektasi efikasi diri tinggi (percaya bahwa individu dapat berwirausaha sendiri dengan tuntutan situasi dan harapan hasil yang realistis (memperkirakan hasil sesuai dengan kemampuan diri)), maka individu tersebut akan keras dan bertahan untuk berwirausaha sampai sukses.

Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa mahasiswa manajemen memiliki *Perceived Behavioral Control* yang tinggi terhadap intensi berwirausaha, hal tersebut menjadi modal awal yang baik dalam berwirausaha karena individu percaya terhadap kemampuan diri sendiri untuk dapat sukses dalam membuka usaha dan individu memiliki *Perceived Behavioral Control* yang baik akan terus melakukan hal-hal untuk mencari jalan keluar apabila sedang memperoleh kesulitan

dikarenakan individu tersebut akan selalu belajar dari kesalahan untuk menjadi wirausaha yang sukses.

Hasil penelitian ini selaras dengan dilakukan Patricila P. et al. (2016) yang menyatakan *Perceived Behavioral Control* berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha. Carla S. et al. (2012) juga mendukung hasil penelitian ini, yang menyatakan bahwa *Perceived Behavioral Control* berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha.

4.7.4 Pengaruh Signifikan Antara Variabel *Personal Attitude*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control* Secara Simultan Terhadap Variabel Intensi Berwirausaha.

Pengaruh secara simultan (bersama-sama) tiap variabel bebas terhadap Intensi Berwirausaha dilakukan dengan pengujian koefisien regresi secara simultan (Uji F) atau (ANOVA) (dapat dilihat dari tabel 4.20). Dari hasil analisis tersebut, diperoleh variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap Intensi Berwirausaha. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel intensi berwirausaha dapat diterima.

4.7.5 Variabel *Personal Attitude* Berpengaruh Paling Dominan Terhadap Variabel Intensi Berwirausaha.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa variabel *Subjective Norm* (X_2) mempunyai nilai *Standardized Coefficients* yang paling besar dan nilai signifikansi paling kecil (dapat dilihat di tabel 4.16)

dibandingkan dua variabel lainnya yaitu *Personal Attitude* dan *Perceived Behavioral Control*. Sehingga variabel *Subjective Norm* memiliki pengaruh yang paling dominan (kuat) diantara dua variabel lainnya. Oleh karena itu, hipotesis awal yang diduga bahwa *Personal Attitude* (X_1) berpengaruh paling dominan terhadap variabel Intensi Berwirausaha (Y) ditolak.

Peran variabel *Subjective Norm* terbukti sangat berpengaruh terhadap intensi berwirausaha, mahasiswa Manajemen menilai bahwa pentingnya dukungan dari teman, peran keluarga dan orang-orang yang ada di sekitar dalam berwirausaha sangatlah besar, dukungan dari pihak Jurusan, Fakultas dan Universitas juga sangat berpengaruh dalam menumbuhkan intensi berwirausaha mahasiswa manajemen.

Variabel *Subjective Norm* memiliki dua indikator menurut Fishbein dan Azjen (2005) yaitu: *Normative Believe* (keyakinan norma), Persepsi atau keyakinan harapan orang lain terhadap dirinya yang menjadi acuan untuk menampilkan perilaku atau tidak. Keyakinan yang berhubungan dengan pendapat tokoh atau orang lain yang penting dan berpengaruh bagi individu atau tokoh panutan tersebut, apakah subjek harus melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu. *Motivation to Comply* (motivasi untuk memenuhi) motivasi individu untuk memenuhi harapan yang diinginkan. Norma subjektif dapat dilihat sebagai dinamika antara dorongan-dorongan yang dipersepsikan individu dari orang-orang disekitarnya dengan motivasi untuk mengikuti pandangan mereka dalam melakukan perilaku tersebut.

4.8 Implikasi Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini yang berupa statistik deskriptif dan teori-teori yang terdapat di dalamnya dapat digunakan sebagai masukan dan informasi bagi penyusunan rencana peningkatan intensi berwirausaha pada mahasiwa Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas yaitu: *Personal Attitude* (X_1), *Subjective Norm*(X_2), *Perceived Behavioral Control* (X_3) dan variabel terikat yaitu Intensi Berwirausaha (Y). Hasil penelitin ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel *Personal Attitude* (X_1) terhadap Intensi Berwirausaha (Y), *Subjective Norm* (X_2) terhadap Intensi Berwirausaha (Y) dan *Perceived Behavioral Control* (X_3) terhadap Intensi Berwirausaha (Y). Selanjutnya dari ketiga variabel bebas yang terdapat pada penelitian ini yaitu variabel *Subjective Norm* (X_2), merupakan variabel yang berpengaruh paling besar (dominan) terhadap variabel intensi berwirausaha (Y) mahasiswa Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Berdasarkan hasil penelitian ini maka ketika pihak Jurusan Manajemen ingin meningkatkan intensi berwirausaha mahasiwa, pihak jurusan Manajemen harus memaksimalkan variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha tersebut.

Variabel yang memiliki pengaruh signifikan sekaligus dominan terhadap intensi berwirausaha yaitu variabel *Subjective Norm*, pihak Manajemen diharapkan dapat meningkatkan kualitas dari variabel tersebut dengan selalu mendukung pembelajaran melalui praktek kewirausahaan serta dukungan dan motivasi dari keluarga, teman dan orang-orang di sekitarnya, sebagai upaya untuk meningkatkan intensi berwirausaha mahasiswa.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada Intensi Berwirausaha. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel *Personal Attitude*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah Intensi Berwirausaha. Dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa variabel *Personal Attitude* berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha, dari hal tersebut dapat menjelaskan bahwa mahasiswa Manajemen mempunyai respon yang positif terhadap perilaku berwirausaha, maka semakin tinggi pula Intensi Berwirausaha mahasiswa.
2. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa variabel *Subjective Norm* berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha. Dari hal tersebut, dapat menjelaskan bahwa dukungan dari orang terdekat dan lingkungan sekitar sangat berpengaruh terhadap kepercayaan diri dan kemampuan mahasiswa dalam berwirausaha akan semakin tinggi/ meningkat.
3. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa variabel *Perceived Behavioral* berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha, menjelaskan bahwa keyakinan dan kesiapan mahasiswa terhadap kemampuan dan sumber daya yang telah dimiliki untuk memulai

berwirausaha membuat semakin besar intensi mahasiswa untuk berwirausaha.

4. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap intensi berwirausaha. Hal ini menunjukkan variabel *Personal Attitude*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control* akan berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel Intensi Berwirausaha dapat diterima.
5. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa variabel *Subjective Norm* mempunyai pengaruh paling besar dibandingkan dua variabel lainnya yaitu *Personal Attitude* dan *Perceived Behavioral Control*. Oleh karena itu, hipotesis awal yang diduga bahwa *Personal Attitude* berpengaruh paling dominan terhadap variabel Intensi Berwirausaha ditolak.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, ketiga variabel bebas mempunyai dampak yang signifikan terhadap intensi berwirausaha. Oleh karena itu, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Untuk mahasiswa hendaknya mengembangkan motivasi diri untuk berperan aktif dalam kegiatan berwirausaha yang ada di lingkungan Jurusan Manajemen, Universitas Brawijaya baik itu secara materi (mata kuliah kewirausahaan, seminar) dan praktek (bazar, unit kegiatan mahasiswa, pelatihan) untuk menambah keterampilan dan keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan berwirausaha yang akan menambah pengalaman mahasiswa untuk memasuki dunia wirausaha, selanjutnya mahasiswa lebih intensif mengikuti pelatihan- pelatihan yang diadakan pemerintah, fakultas ataupun universitas hal ini akan memantapkan keinginan dan kemampuan mahasiswa untuk berwirausaha.
2. Saran untuk pengelola pendidikan adalah lebih mendukung dan mengembangkan kegiatan yang berhubungan dengan wirausaha seperti praktek kewirausahaan, sering mendatangkan motivator wirausaha untuk menumbuhkan motivasi dalam diri mahasiswa, mengadakan pelatihan bisnis plan agar mahasiswa mengetahui langkah apa saja yang dibutuhkan untuk memulai suatu usaha, mengadakan kompetisi wirausaha agar mahasiswa mempunyai pencapaian terhadap kegiatan wirausaha yang telah dilakukan.
3. Saran untuk individu adalah selalu mendukung teman terdekat dalam perilaku positif salah satunya adalah dengan mendukung perilaku berwirausaha, dan juga sebagai orang tua hendaknya memberi dukungan positif terhadap sikap anak terhadap perilaku khususnya perilaku berwirausaha. Dikarenakan pentingnya

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen. I., 1991. The Theory of Planned Behaviour. *In: Organizational Behaviour and Human Decision Process*. Amherst, MA: Elsevier.
- Ajzen, I (2006), *Constructing a TpB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations*, Occasional paper.
[Http://people.umass.edu/aizen/](http://people.umass.edu/aizen/).
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. 2012. *Pengangguran Terbuka di Indonesia pada Februari 2012*, Dilihat Kamis 5 Januari 2017,
(<http://www.bps.go.id/linkTabelStatis/View/id/1267>).
- Ciputra, Dr. Ir. 2009. *Ciputra Quantum Leap*. Jakarta : PT Elex Media Computindo.
- Carla, S. Marques. 2012. 'Entrepreneurship Education How Psychological, Demographic and Behavioral Factors Predict the *Entrepreneurial Intention*', *Education + Training*, vol. 54 Iss 8/9 pp. 657-672.
- Direktorat Jenderal Peningkatan Mutu Pendidik dan Tenaga Kependidikan dan Jenderal Pendidikan Tinggi, 2010, *Prosedur Operasional Standar Penyelenggaraan KKG dan MGMP*, Jakarta: Kementerian Pendidikan Nasional.
- Drucker, F. Peter. 1994. *Innovation and Entrepreneurship : practicer and principles*. penerjemahan Rusdi Naid, Jakarta: Gelora Aksara Pratama
- Gupta, A.K., Govindarajan, V., & Wang, H. 2008. *The Quest for Global Dominance: Transforming Global Presence into Global Competitive Advantage*, 2nd Edition. San Francisco: Jossey-Bass/Wiley. Also published in Mandarin.
- Fishbein. M. and Ajzen, I. 1975. *Belief, Attitude, Intention and Behavior, an Introduction to Theory and Research*. Canada: Addison Wesley Publishing Company.
- Fishbein. M. and Ajzen, I. 2005. *Attitudes, Personality dan Behavior*. Open University Press. McGraw-Hill Education.

Gartner, W.B. 1989."Who is entrepreneur? Is the wrong question".
Entrepreneurship Theori and Practise, 12(2),47-68.

Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*.
Badan Penerbit Universitas Dipenogoro : Semarang.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*.
Badan Penerbit Universitas Dipenogoro : Semarang.

Gipson, James, L John M, Ivaneceovich, dan James H Donnelly, 2008, Organisasi Perilaku, Struktur, dan Praktek. Terjemahan andre asparsayogi. PT. Pustaka Binawan Presindo, Jakarta.

Gupta, Anil. 2008. 'Role of gender in nascent entrepreneurship', *Small Business Economics*, vol. 28, issue 2, viewed 10 Mei 2015,
<<http://hdl.handle.net/10.1007/s11187-006-9017-y>>.

Haruman, Tendi, Maya Ariyanti, Iwan Ridwansyah, dan Annisa Lisdayanti. 2008. Idenifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Kewirausahaan Mahasiswa. *Skripsi Fakultas Bisnis & Manajemen Universitas Widyatama Bandung*.

Hormozi, A.M. (2004) Becoming an Entrepreneur: How to Start a Small Business. *International Journal of Management*. 21 (3), 278-285.

Hartono, Jogyianto, 2007. *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.

Hawkins, Del I dan Davis L. Mothersbaugh. (2010). Consumer Behavior: Building Marketing Strategy. The McGraw-Hill Companies, Inc, New York.

Hendro, 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami, Dan Memasuki Dunia Bisnis*, Erlangga, Jakarta.

Hisrich, R.D, Peters, M.P., & Shepherd, D.a, 2008. Entrepreneurship: Mc Graw hill International edition.

Indarti dan Rostiani. (2008). Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan Antara Indonesia, Jepang dan Norwegia. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Indonesia*, Vol. 23. Universitas Gajah Mada.

Jogyianto, 2007. Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Refisi. Yogyakarta: Andi Offset.

- Kotler, Amstrong . 2010. *Principles Of Marketing*. 13 Edition. New Jersey . Upper SaddleRiver: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Nancy Lee. 2008. *Corporate Social Responsibility; Doing the Most Good you're your Company and Your Cause*. NewJersey; JohnWiley& Sons,Inc
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lefebvre, R. C., & Flora, J. A. (1988). Social marketing and public health intervention. *Health Education & Behavior*, 15(3), 299.
- Linan, F and YW Chen, 2009,'Develophmen and cros-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneur intention', *Entrpneur Theori. Pract* , 33: 593-617.
- Linan, and Chen, Y. 2009. Development and Cross-Cultural Application of A Specific Instrument to measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*. May 2009:593-617.
- Li, Wei. 2006. Entrepreneurial Inention Among Intrenational Students:Testing a model of entrepreneurial inention. *Journal University of Illinois at Urbana-Champaign*, 217-721-9969.
- Lorz, Michael (2011) The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention. Disertation. Bamberg: University of St. Gallen,Manajemen dan Kewirausahaan. 9 (2) pp:117-127.
- Lowe, R. & Marriott, S. 2006. *Enterprise: Entrepreneurship and Innovation Concepts, Context, and Commercialization*.Burlington: Elsevier Ltd.
- Nazar, Rafki dan Syahran. 2008. "*Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan dan Pengalaman terhadap Niat untuk Bertransaksi Secara Online*". SNA XI.
- Notoatmojo, S. 2007. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Pavlou, P. A., and Fygenson, M. 2006. *Understanding and Predicting Electronic Commerce Adoption: An Extension of the Theory of Planned Behavior*. *MIS Quarterly*, 30.
- PatriciIa, P.Iglesias-Sanches. 2016.'*Impact of entrepreneurship programmes on university students*', *Education and Training*, vol. 58, Iss 2 pp. 209-228.

- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2003. *Consumer behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* Jilid 1. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Prasetyo, Bambang, Lina Miftahul Jannah, Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Ramadhani, Savitri. 2008. *The Art Of Positif Communicating*. Yogyakarta: Bookmarks.
- Rahayu, Mintarti, Lily Hendrasti Novadjaja dan Nur Khusniyah Indrawati. 2011. 'Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Baru', Jurnal Aplikasi Manajemen, vol. 9, No. 2.
- Santoso, S. 1995. Data Statistik, Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Santoso, S. Dan Tjiptono, F. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business 4th ed*. Salemba Empat : Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2007. Metode Penelitian Untuk *Bisnis*, Edisi 4. Buku 2.. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. 2014. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis (research Methods for Business)*. Buku 1 Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat
- Slamet, F., 2014. Dasar- dasar Kewirausahaan : Teori dan Paktek. Jakarta: PT Indeks.
- Sudarmanto. 2009. *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM (Teori, Dimensi Pengukuran dan Implementasi dalam Organisasi)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryana, 2003. Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses, Jakarta: PT.Salemba Empat.

Sumarwan, Ujang 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia. Bogor.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2003 (UU RI No. 20/2003) tentang Sistem Pendidikan Nasional (sisdiknas) Pasal 1 ayat (1).

Uma Sekaran. 2006. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Edisi Keempat. Jakarta: Salemba Empat.

Wibowo. 2011. *Manajemen Kinerja*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

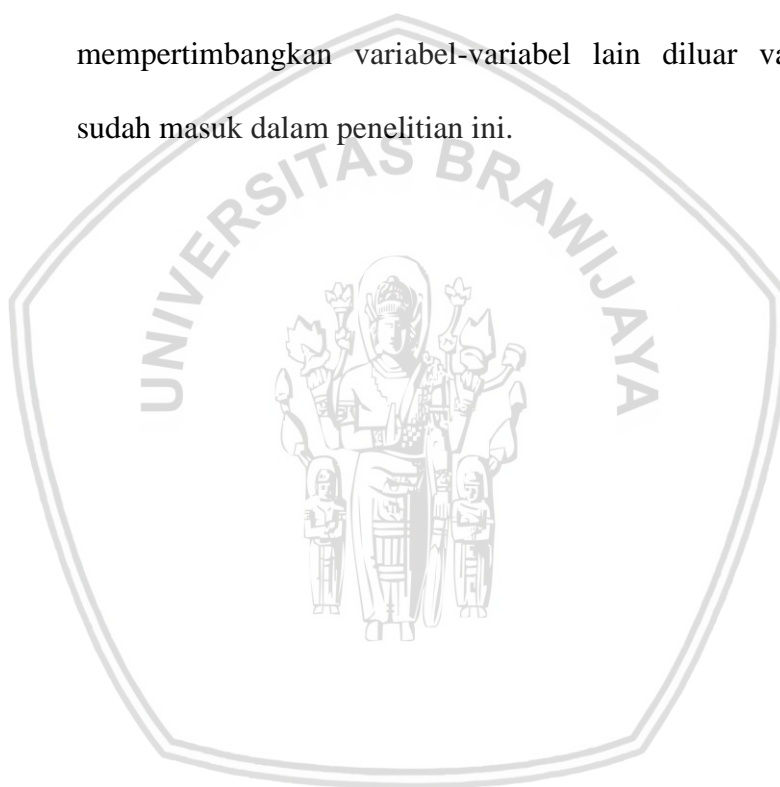
Yani, Mustofa, 2006. *Teknik Wirausaha Dalam Keluarga*. Rineka Cipta, Jakarta.

Zelly Sidi Z. 2015. 'Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha pada mahasiswa Universitas Brawijaya', Skripsi. Universitas Brawijaya.

Zimmerer, Thomas W, Searborough, Norman M dan Dong Wilson. 2009. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Jakarta : Salemba Empat.

dukungan yang didapat dari teman, peran keluarga dan orang-orang sekitar terbukti memiliki intensi berwirausaha yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa yang tidak mendapat dukungan.

4. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi intensi berwirausaha diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.



LAMPIRAN

LAMPIRAM 1 KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH VARIABEL *PERSONAL ATTITUDE*, *SUBJECTIVE NORM* DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA

(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Brawijaya)

IDENTITAS RESPONDEN

Berikan tanda (✓) pada jawaban yang sesuai dengan Anda.

- Nama : (Jika Bersedia)
- Jenis Kelamin : (1) Perempuan (2) Laki-laki
- Usia :
- Alamat Asal :
- Tahun Angkatan :
- Fakultas :
- Universitas :
- Usaha yang Dimiliki: (1) Fashion (2) Handicraft / Kerajinan (3) Kuliner
(4) Pulsa (5) Tidak ada
- Pernahkah anda mengikuti mata kuliah kewirausahaan :
 - (1) Pernah
 - (2) Belum Pernah
 Jika belum pernah tuliskan alasan anda

- Pernahkah anda terlibat dalam kegiatan kewirausahaan seperti pameran dan bazaar :
 - (1) Pernah
 - (2) Belum Pernah
 Jika belum pernah tuliskan alasan anda

- Pernahkah anda mengikuti pelatihan kewirausahaan :

(1) Pernah

(2) Belum Pernah

Jika belum pernah tuliskan alasan anda

.....

- Pernahkah mengikuti seminar kewirausahaan :

(1) Pernah

(2) Belum Pernah

Jika belum pernah tuliskan alasan anda

.....

- Berasal dari keluarga wirausaha :

(1) Ya

(2) Tidak

Berilah tanda silang (X) sesuai dengan penilaian saudara

Keterangan	
Skor 1	Sangat Tidak Setuju
Skor 2	Tidak Setuju
Skor 3	Netral
Skor 4	Setuju
Skor 5	Sangat Setuju

Daya tarik / sikap pribadi (<i>Personal Attitude</i>)						
No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Menjadi seorang wirausaha memberikan lebih banyak keuntungan dari pada kerugian bagi saya					
2.	Berkarir sebagai pengusaha menarik bagi saya					
3.	Jika saya memiliki peluang serta sumber daya, saya ingin untuk memulai sebuah bisnis					
4.	Menjadi pengusaha memberikan kepuasan yang tinggi bagi saya					
5.	Diantara berbagai pilihan, saya senang memilih menjadi pengusaha					

Penilaian sosial (<i>Subjective Norm</i>)						
Menurut anda apakah disekitar/ lingkungan anda kegiatan berbisnis dianggap baik atau buruk dibandingkan dengan pekerjaan atau karir lainnya ?						
No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Keluarga dekat anda (Ayah, Ibu, Saudara, Anak, Suami, Istri, Pacar, dsb)					
2.	Teman teman anda (temandekat, temankuliah, tetangga, dsb)					

(Lanjutan)

Berilah tanda silang (X) sesuai dengan penilaian saudara

Keterangan	
Skor 1	Sangat Tidak Setuju
Skor 2	Tidak Setuju
Skor 3	Netral
Skor 4	Setuju
Skor 5	Sangat Setuju

Menurut anda, jika anda memutuskan untuk memulai sebuah bisnis, apakah orang- orang disekitar anda akan menyetujui/ mengijinkan keputusan tersebut ?						
No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Keluarga dekat anda (Ayah, Ibu, Saudara, Anak, Suami, Istri, Pacar, dsb)					
2.	Teman teman anda (t. Dekat, t. Kuliah, tetangga, dsb)					

Tentukan tingkat persetujuan anda pada pertanyaan- pertanyaan berikut						
No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Dilingkungan saya dapat ditemukan kegiatan-kegiatan berwirausaha					
2.	Peran pengusaha di lingkungan saya memberikan dampak positif bagi sekitarnya					
3	Masyarakat di daerah saya menganggap, menjadi wirausaha adalah pekerjaan yang baik untuk dijadikan pekerjaan profesional					
4	Masyarakat di daerah saya menganggap manfaat berwirausaha lebih besar dibandingkan dengan resikonya					

(Lanjutan)

Berilah tanda silang (X) sesuai dengan penilaian saudara

Keterangan	
Skor 1	Sangat Tidak Setuju
Skor 2	Tidak Setuju
Skor 3	Netral
Skor 4	Setuju
Skor 5	Sangat Setuju

Kecakapan Kewirausahaan (<i>Perceived Behavioral Control</i>)						
Seberapa jauh anda setuju dengan pernyataan berikut berkaitan dengan kecakapan berbisnis anda ?						
No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Untuk memulai sebuah bisnis serta membuatnya tetap berjalan sangatlah mudah bagi saya					
2.	Saya siap untuk memulai sebuah bisnis yang aktif					
3.	Saya bisa mengendalikan proses penciptaan sebuah bisnis baru					
4.	Saya tahu perincian praktis yang dibutuhkan untuk memulai sebuah bisnis					
5.	Saya memahami cara untuk mengembangkan sebuah proyek bisnis					

Tunjukkan pendapat anda berkaitan dengan, bagaimana anda menilai diri anda sendiri dari berbagai keterampilan berbisnis berikut ini ?						
No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Mengenali peluang					
2.	Kreativitas					
3.	Ketrampilan memecahkan masalah					
4.	Ketrampilan memimpin dan berkomunikasi					
5.	Pengembangan produk dan layanan baru					
6.	Ketrampilan mencari teman (networking) dan membuat kontak profesional					

(Lanjutan) **Berilah tanda silang (X) sesuai dengan penilaian saudara**

Keterangan	
Skor 1	Sangat Tidak Setuju
Skor 2	Tidak Setuju
Skor 3	Netral
Skor 4	Setuju
Skor 5	Sangat Setuju

Intensi Kewirausahaan (<i>Entrepreneurial Intention</i>)						
Apakah anda secara serius pernah mempertimbangkan untuk menjadiseorang pengusaha						
() Ya () Tidak						
Tentukan tingkat persetujuan anda dari pernyataan- pernyataan berikut :						
No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Saya akan melakukan apa saja untuk menjadi seorang pengusaha					
2.	Tujuan profesional saya adalah menjadi seorang pengusaha					
3.	Saya akan melakukan berbagai upaya untuk memulai dan menjalankan bisnis pribadi saya					
4.	Saya memutuskan untuk memiliki sebuah bisnis di masa depan					
5.	Saya mempunyai pikiran yang sangat serius untu memulai sebuah bisnis					
6.	Saya memiliki intensi/ niat/ maksud/ untuk memulai sebuah bisnis di masa yang akan datang					

Frekuensi Karakteristik Responden

Frequencies

		Statistics			
		Usia	Jenis_Kelamin	Tahun_Angkatan	Usaha_yg_Dimiliki
N	Valid	89	89	89	89
	Missing	0	0	0	0
Mean		3,2360	1,4045	2,1011	4,1236
Median		3,0000	1,0000	2,0000	5,0000
Mode		3,00	1,00	2,00	5,00

Frequency Table

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	18 Tahun	2	2,2	2,2	2,2
	19 Tahun	20	22,5	22,5	24,7
	20 Tahun	35	39,3	39,3	64,0
	21 Tahun	19	21,3	21,3	85,4
	22 Tahun	13	14,6	14,6	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

		Jenis_Kelamin			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Perempuan	53	59,6	59,6	59,6
	Laki-laki	36	40,4	40,4	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

		Tahun_Angkatan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	2015	13	14,6	14,6	14,6
	2016	54	60,7	60,7	75,3
	2017	22	24,7	24,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Usaha yg Dimiliki

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fashion	12	13,5	13,5	13,5
	Handicraft / Kerajinan	5	5,6	5,6	19,1
	Kuliner	4	4,5	4,5	23,6
	Pulsa	7	7,9	7,9	31,5
	Tidak Ada	61	68,5	68,5	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Frekuensi Variabel yang Diteliti (*Personal Attitude* (X₁), *Subjective Norm*(X₂), *Perceived Behavioral Control* (X₃) dan Intensi Berwirausaha (Y))

Frequencies

		Statistics				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
N	Valid	89	89	89	89	89
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,1798	4,1461	4,3258	4,2472	4,3034
Median		4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000
Mode		4,00	4,00	4,00	4,00	4,00

Frequency Table

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	9	10,1	10,1	10,1
	Setuju	55	61,8	61,8	71,9
	Sangat Setuju	25	28,1	28,1	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	7	7,9	7,9	7,9
	Setuju	62	69,7	69,7	77,5
	Sangat Setuju	20	22,5	22,5	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	1	1,1	1,1	1,1
	Setuju	58	65,2	65,2	66,3
	Sangat Setuju	30	33,7	33,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	1	1,1	1,1	1,1
	Setuju	65	73,0	73,0	74,2
	Sangat Setuju	23	25,8	25,8	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	1	1,1	1,1	1,1
	Setuju	60	67,4	67,4	68,5
	Sangat Setuju	28	31,5	31,5	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Frequencies

Statistics

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
N Valid	89	89	89	89	89	89	89	89
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4,36	4,4045	4,3708	4,427	4,416	4,24	4,326	4,348
Median	4	4	4	4	4	4	4	4
Mode	4	4	4	4	5	4	4	4

Frequency Table

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,1	1,1	1,1
	Netral	5	5,6	5,6	6,7
	Setuju	44	49,4	49,4	56,2
	Sangat Setuju	39	43,8	43,8	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	2,2	2,2	2,2
	Setuju	49	55,1	55,1	57,3
	Sangat Setuju	38	42,7	42,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,1	1,1	1,1
	Netral	5	5,6	5,6	6,7
	Setuju	43	48,3	48,3	55,1
	Sangat Setuju	40	44,9	44,9	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	1	1,1	1,1	1,1
	Setuju	49	55,1	55,1	56,2
	Sangat Setuju	39	43,8	43,8	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,1	1,1	1,1
	Netral	5	5,6	5,6	6,7
	Setuju	39	43,8	43,8	50,6
	Sangat Setuju	44	49,4	49,4	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,2	2,2	2,2
	Netral	5	5,6	5,6	7,9
	Setuju	52	58,4	58,4	66,3
	Sangat Setuju	30	33,7	33,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	4	4,5	4,5	4,5
	Setuju	52	58,4	58,4	62,9
	Sangat Setuju	33	37,1	37,1	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	58	65,2	65,2	65,2
	Sangat Setuju	31	34,8	34,8	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Frequencies

Statistics

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11
N Valid	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3,876	3,8764	3,9101	3,899	3,652	3,719	3,719	3,91	3,832	3,708	4,225
Median	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Mode	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Frequency Table

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4,5	4,5	4,5
	Netral	22	24,7	24,7	29,2
	Setuju	44	49,4	49,4	78,7
	Sangat Setuju	19	21,3	21,3	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,2	2,2	2,2
	Netral	22	24,7	24,7	27,0
	Setuju	50	56,2	56,2	83,1
	Sangat Setuju	15	16,9	16,9	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	26	29,2	29,2	29,2
	Setuju	45	50,6	50,6	79,8
	Sangat Setuju	18	20,2	20,2	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,2	2,2	2,2
	Netral	20	22,5	22,5	24,7
	Setuju	52	58,4	58,4	83,1
	Sangat Setuju	15	16,9	16,9	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4,5	4,5	4,5
	Netral	34	38,2	38,2	42,7
	Setuju	40	44,9	44,9	87,6
	Sangat Setuju	11	12,4	12,4	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5,6	5,6	5,6
	Netral	29	32,6	32,6	38,2
	Setuju	41	46,1	46,1	84,3
	Sangat Setuju	14	15,7	15,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X3.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5,6	5,6	5,6
	Netral	29	32,6	32,6	38,2
	Setuju	41	46,1	46,1	84,3
	Sangat Setuju	14	15,7	15,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X3.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,4	3,4	3,4
	Netral	20	22,5	22,5	25,8

Setuju	48	53,9	53,9	79,8
Sangat Setuju	18	20,2	20,2	100,0
Total	89	100,0	100,0	

X3.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	9	10,1	10,1	10,1
Netral	19	21,3	21,3	31,5
Setuju	39	43,8	43,8	75,3
Sangat Setuju	22	24,7	24,7	100,0
Total	89	100,0	100,0	

X3.10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	8	9,0	9,0	9,0
Netral	23	25,8	25,8	34,8
Setuju	45	50,6	50,6	85,4
Sangat Setuju	13	14,6	14,6	100,0
Total	89	100,0	100,0	

X3.11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	12	13,5	13,5	13,5
Setuju	45	50,6	50,6	64,0
Sangat Setuju	32	36,0	36,0	100,0
Total	89	100,0	100,0	

Frequencies

		Statistics					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
N	Valid	89	89	89	89	89	89
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		4,3933	4,4270	4,2809	4,4157	4,2809	4,3371
Median		4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000
Mode		4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00

Frequency Table

		Y1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	5	5,6	5,6	5,6
	Setuju	44	49,4	49,4	55,1
	Sangat Setuju	40	44,9	44,9	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

		Y2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	1	1,1	1,1	1,1
	Setuju	49	55,1	55,1	56,2
	Sangat Setuju	39	43,8	43,8	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

		Y3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,1	1,1	1,1
	Netral	3	3,4	3,4	4,5
	Setuju	55	61,8	61,8	66,3
	Sangat Setuju	30	33,7	33,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,1	1,1	1,1
	Netral	5	5,6	5,6	6,7
	Setuju	39	43,8	43,8	50,6
	Sangat Setuju	44	49,4	49,4	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	1	1,1	1,1	1,1
	Setuju	62	69,7	69,7	70,8
	Sangat Setuju	26	29,2	29,2	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	59	66,3	66,3	66,3
	Sangat Setuju	30	33,7	33,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Validitas dan Reliabilitas

Correlations

		Correlations					
		Personal Attitude	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
Personal Attitude	Pearson Correlation	1	,636**	,625**	,616**	,655**	,675**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	89	89	89	89	89	89
X1.1	Pearson Correlation	,636**	1	,346**	,146	,210*	,202
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,172	,048	,057
	N	89	89	89	89	89	89
X1.2	Pearson Correlation	,625**	,346**	1	,248*	,175	,177
	Sig. (2-tailed)	,000	,001		,019	,100	,096
	N	89	89	89	89	89	89
X1.3	Pearson Correlation	,616**	,146	,248*	1	,292**	,340**
	Sig. (2-tailed)	,000	,172	,019		,006	,001
	N	89	89	89	89	89	89
X1.4	Pearson Correlation	,655**	,210*	,175	,292**	1	,525**
	Sig. (2-tailed)	,000	,048	,100	,006		,000
	N	89	89	89	89	89	89
X1.5	Pearson Correlation	,675**	,202	,177	,340**	,525**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,057	,096	,001	,000	
	N	89	89	89	89	89	89

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Correlations								
		Subjective Norm	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
Subjective Norm	Pearson Correlation	1	,682**	,639**	,714**	,662**	,714**	,771**	,596**	,524**
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0	0	0	0
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.1	Pearson Correlation	,682**	1	,330**	,823**	,317**	,424**	,361**	0,144	0,068
	Sig. (2-tailed)	0		0,002	0	0,002	0	0,001	0,178	0,525

	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.2	Pearson Correlation	,639**	,330**	1	,348**	,920**	0,163	,370**	0,199	0,197
	Sig. (2-tailed)	0	0,002		0,001	0	0,128	0	0,061	0,065
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.3	Pearson Correlation	,714**	,823**	,348**	1	,335**	,438**	,434**	0,165	0,092
	Sig. (2-tailed)	0	0	0,001		0,001	0	0	0,123	0,391
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.4	Pearson Correlation	,662**	,317**	,920**	,335**	1	0,207	,433**	0,18	,263*
	Sig. (2-tailed)	0	0,002	0	0,001		0,051	0	0,091	0,013
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.5	Pearson Correlation	,714**	,424**	0,163	,438**	0,207	1	,589**	,464**	,403**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0,128	0	0,051		0	0	0
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.6	Pearson Correlation	,771**	,361**	,370**	,434**	,433**	,589**	1	,499**	,349**
	Sig. (2-tailed)	0	0,001	0	0	0	0		0	0,001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.7	Pearson Correlation	,596**	0,144	0,199	0,165	0,18	,464**	,499**	1	,589**
	Sig. (2-tailed)	0	0,178	0,061	0,123	0,091	0	0		0
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.8	Pearson Correlation	,524**	0,068	0,197	0,092	,263*	,403**	,349**	,589**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0,525	0,065	0,391	0,013	0	0,001	0	
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Perceived Behavioral Control	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11
Perceived Behavioral Control	Pearson Correlation	1	,622**	,593**	,658**	,602**	,816**	,822**	,754**	,561**	,685**	,677**	,308**
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,003
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3.1	Pearson Correlation	,622**	1	0,18	,265*	,225*	,476**	,339**	,375**	0,19	,530**	,635**	0,095
	Sig. (2-tailed)	0		0,1	0,012	0,03	0	0	0	0,07	0	0	0,374
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3.2	Pearson Correlation	,593**	0,18	1	,691**	,441**	,516**	,524**	,342**	0,17	,231*	,210*	0,035
	Sig. (2-tailed)	0	0,1		0	0	0	0	0	0,11	0,03	0,05	0,742
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3.3	Pearson Correlation	,658**	,265*	,691**	1	,520**	,562**	,604**	,361**	,223*	,293**	,267*	-0,01
	Sig. (2-tailed)	0	0,01	0		0	0	0	0	0,04	0,01	0,01	0,964
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3.4	Pearson Correlation	,602**	,225*	,441**	,520**	1	,410**	,484**	,401**	,268*	,223*	,305**	0,123
	Sig. (2-tailed)	0	0,03	0	0		0	0	0	0,01	0,04	0	0,25
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3.5	Pearson Correlation	,816**	,476**	,516**	,562**	,410**	1	,854**	,609**	,286**	,520**	,398**	0,156
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0		0	0	0,01	0	0	0,143
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3.6	Pearson Correlation	,822**	,339**	,524**	,604**	,484**	,854**	1	,732**	,376**	,415**	,373**	0,162
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0,129
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3.7	Pearson Correlation	,754**	,375**	,342**	,361**	,401**	,609**	,732**	1	,452**	,477**	,408**	0,162
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0,001	0	0	0		0	0	0	0,129
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3.8	Pearson Correlation	,561**	0,19	0,17	,223*	,268*	,286**	,376**	,452**	1	,324**	,342**	,381**
	Sig. (2-tailed)	0	0,07	0,11	0,036	0,01	0,01	0	0		0	0	0

	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3.9	Pearson Correlation	,685**	,530**	,231*	,293**	,223*	,520**	,415**	,477**	,324**	1	,606**	0,062
	Sig. (2-tailed)	0	0	0,03	0,005	0,04	0	0	0	0		0	0,563
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3.10	Pearson Correlation	,677**	,635**	,210*	,267*	,305**	,398**	,373**	,408**	,342**	,606**	1	0,14
	Sig. (2-tailed)	0	0	0,05	0,011	0	0	0	0	0	0		0,19
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3.11	Pearson Correlation	,308**	0,1	0,04	-0,01	0,12	0,16	0,16	0,16	,381**	0,06	0,14	1
	Sig. (2-tailed)	0,003	0,37	0,74	0,964	0,25	0,14	0,13	0,13	0	0,56	0,19	
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

Correlations

		Intensi Berwirausaha	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Intensi Berwirausaha	Pearson Correlation	1	,685**	,642**	,540**	,733**	,463**	,597**
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0	0
	N	89	89	89	89	89	89	89
Y1	Pearson Correlation	,685**	1	,406**	0,169	,509**	0,167	0,169
	Sig. (2-tailed)	0		0	0,114	0	0,118	0,114
	N	89	89	89	89	89	89	89
Y2	Pearson Correlation	,642**	,406**	1	,349**	0,207	0,198	,239*
	Sig. (2-tailed)	0	0		0,001	0,051	0,062	0,024
	N	89	89	89	89	89	89	89
Y3	Pearson Correlation	,540**	0,169	,349**	1	,286**	-0,04	0,146
	Sig. (2-tailed)	0	0,114	0,001		0,007	0,697	0,171
	N	89	89	89	89	89	89	89

	N	89	89	89	89	89	89	89
Y4	Pearson Correlation	,733**	,509**	0,207	,286**	1	0,168	,385**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0,051	0,007		0,115	0
	N	89	89	89	89	89	89	89
Y5	Pearson Correlation	,463**	0,167	0,198	-0,04	0,168	1	,380**
	Sig. (2-tailed)	0	0,118	0,062	0,697	0,115		0
	N	89	89	89	89	89	89	89
Y6	Pearson Correlation	,597**	0,169	,239*	0,146	,385**	,380**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0,114	0,024	0,171	0	0	
	N	89	89	89	89	89	89	89

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	89	100,0
Excluded ^a	0	,0
Total	89	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,572	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Personal Attitude	103,3483	67,320	,443	,517
Subjective Norm	89,6629	49,976	,498	,392
Perceived Behavioral Control	82,2247	36,653	,231	,814

Intensi Berwirausaha	98,4157	56,859	,682	,375
----------------------	---------	--------	------	------

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	89	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	89	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,636	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	17,0225	1,818	,335	,616
X1.2	17,0562	1,895	,360	,597
X1.3	16,8764	1,950	,371	,591
X1.4	16,9551	1,930	,445	,559
X1.5	16,8989	1,865	,457	,551

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	89	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	89	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,820	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	30,5281	7,547	,547	,799
X2.2	30,4831	8,025	,519	,802
X2.3	30,5169	7,412	,587	,793
X2.4	30,4607	8,001	,553	,799
X2.5	30,4719	7,388	,585	,793
X2.6	30,6517	7,139	,662	,781
X2.7	30,5618	8,113	,461	,810
X2.8	30,5393	8,547	,400	,817

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	89	100,0
Excluded ^a	0	,0
Total	89	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,863	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	38,4494	25,250	,520	,854
X3.2	38,4494	25,955	,500	,855
X3.3	38,4157	25,473	,576	,850
X3.4	38,4270	25,952	,512	,854
X3.5	38,6742	23,859	,760	,836
X3.6	38,6067	23,491	,765	,835
X3.7	38,6067	24,082	,680	,841
X3.8	38,4157	25,996	,457	,858
X3.9	38,4944	23,980	,579	,850
X3.10	38,6180	24,580	,581	,849
X3.11	38,1011	28,228	,191	,874

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	89	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	89	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

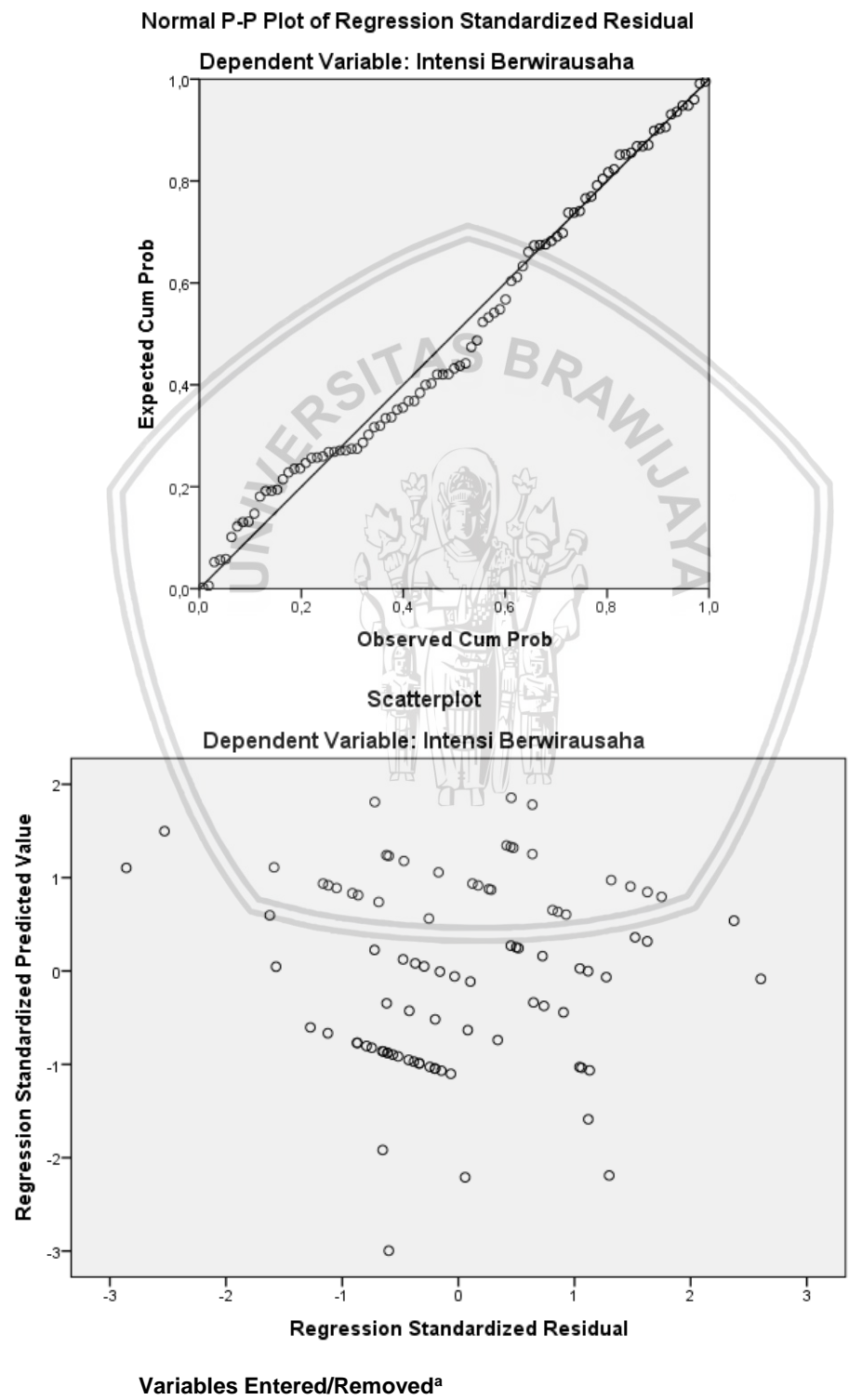
Cronbach's Alpha	N of Items
,668	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	21,7416	2,853	,475	,597
Y2	21,7079	3,073	,450	,609
Y3	21,8539	3,217	,289	,665
Y4	21,7191	2,636	,518	,577
Y5	21,8539	3,490	,251	,670
Y6	21,7978	3,231	,413	,623

Asumsi Klasik

Charts



Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Perceived Behavioral Control, Subjective Norms, Personal Attitude ^b		Enter

a. Dependent Variable: RES2

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,284 ^a	,081	,048	,44385

a. Predictors: (Constant), Perceived Behavioral Control, Subjective Norms, Personal Attitude

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,466	3	,489	2,481	,066 ^b
	Residual	16,745	85	,197		
	Total	18,211	88			

a. Dependent Variable: RES2

b. Predictors: (Constant), Perceived Behavioral Control, Subjective Norms, Personal Attitude

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,818	,707		-1,157	,251
	Personal Attitude	,052	,033	,189	1,604	,112
	Subjective Norms	,021	,017	,145	1,241	,218
	Perceived Behavioral Control	-,010	,009	-,118	-1,102	,274

a. Dependent Variable: RES2

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Perceived Behavioral Control, Subjective Norm, Personal Attitude ^b		Enter

a. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha

b. All requested variables entered.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,542	1,239		2,051	0,043		
	Personal Attitude	0,133	0,057	0,108	2,333	0,022	0,776	1,289
	Subjective Norm	0,552	0,03	0,852	18,632	0	0,791	1,265
	Perceived Behavioral Control	0,035	0,016	0,095	2,272	0,026	0,949	1,054

a. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Intensi Berwirausaha * Personal Attitude	89	100,0%	0	0,0%	89	100,0%
Intensi Berwirausaha * Subjective Norm	89	100,0%	0	0,0%	89	100,0%
Intensi Berwirausaha * Perceived Behavioral Control	89	100,0%	0	0,0%	89	100,0%

Intensi Berwirausaha* Personal Attitude

Report

Intensi Berwirausaha

Personal Attitude	Mean	N	Std. Deviation
16,00	25,0000	1	
19,00	24,5714	7	2,57275
20,00	24,9655	29	1,78251
21,00	26,5263	19	1,71167
22,00	26,7273	11	1,34840
23,00	27,5714	14	1,74154
24,00	27,0000	5	1,58114
25,00	28,6667	3	,57735
Total	26,1348	89	2,04045

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Intensi Berwirausaha * Personal Attitude	Between Groups	(Combined)	116,688	7	16,670	5,408	,000
		Linearity	96,385	1	96,385	31,267	,000
		Deviation from Linearity	20,303	6	3,384	1,098	,371
	Within Groups		249,694	81	3,083		
	Total		366,382	88			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Intensi Berwirausaha * Personal Attitude	,513	,263	,564	,318

Intensi Berwirausaha* Subjective Norm

Report

Intensi Berwirausaha

Subjective Norm	Mean	N	Std. Deviation
25,00	20,0000	1	
28,00	22,5000	2	,70711
29,00	22,0000	1	
30,00	24,0000	1	
31,00	25,0000	1	
32,00	24,0909	22	,29424
33,00	25,1667	6	,75277
34,00	25,5000	4	,57735
35,00	26,5455	11	,93420
36,00	27,2500	8	,88641
37,00	27,8750	8	,99103
38,00	27,7143	14	,91387
39,00	28,2000	5	,83666
40,00	29,0000	5	1,22474
Total	26,1348	89	2,04045

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Intensi Berwirausaha * Subjective Norm	Between Groups	(Combined)	319,471	13	24,575	39,289	,000
		Linearity	307,333	1	307,333	491,357	,000
		Deviation from Linearity	12,138	12	1,011	1,617	,105
	Within Groups		46,911	75	,625		
	Total		366,382	88			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Intensi Berwirausaha * Subjective Norm	,916	,839	,934	,872

Intensi Berwirausaha* Perceived Behavioral Control

Report

Intensi Berwirausaha

Perceived Behavioral Control	Mean	N	Std. Deviation
31,00	24,0000	1	
32,00	27,0000	1	
33,00	25,5000	4	1,73205
34,00	27,2500	4	1,25831
35,00	26,0000	2	1,41421
36,00	25,0000	4	1,41421
37,00	26,8000	5	1,92354
38,00	27,0000	1	
39,00	26,1667	6	1,94079
40,00	23,2500	4	1,50000
41,00	24,8333	6	3,12517
42,00	25,6667	6	1,36626
43,00	25,3333	3	1,52753
44,00	26,5714	7	1,98806
45,00	26,1111	9	1,96497
46,00	25,4000	5	1,14018
47,00	26,6667	6	2,33809

48,00	25,0000	2	1,41421
49,00	26,6667	3	2,30940
50,00	28,0000	5	1,22474
51,00	29,0000	3	1,00000
52,00	27,0000	1	
55,00	30,0000	1	
Total	26,1348	89	2,04045

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Intensi Berwirausaha * Perceived Behavioral Control	Between Groups	(Combined)	133,612	22	6,073	1,722	,047
		Linearity	24,422	1	24,422	6,925	,011
		Deviation from Linearity	109,190	21	5,200	1,474	,118
	Within Groups		232,770	66	3,527		
	Total		366,382	88			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Intensi Berwirausaha * Perceived Behavioral Control	,258	,067	,604	,365

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Intensi Berwirausaha * Perceived Behavioral Control	89	100,0%	0	0,0%	89	100,0%

Report

Intensi Berwirausaha

Perceived Behavioral Control	Mean	N	Std. Deviation
31,00	24,0000	1	
32,00	27,0000	1	
33,00	25,5000	4	1,73205
34,00	27,2500	4	1,25831
35,00	26,0000	2	1,41421
36,00	25,0000	4	1,41421
37,00	26,8000	5	1,92354
38,00	27,0000	1	
39,00	26,1667	6	1,94079
40,00	23,2500	4	1,50000
41,00	24,8333	6	3,12517
42,00	25,6667	6	1,36626
43,00	25,3333	3	1,52753
44,00	26,5714	7	1,98806
45,00	26,1111	9	1,96497
46,00	25,4000	5	1,14018
47,00	26,6667	6	2,33809
48,00	25,0000	2	1,41421
49,00	26,6667	3	2,30940
50,00	28,0000	5	1,22474
51,00	29,0000	3	1,00000
52,00	27,0000	1	
55,00	30,0000	1	
Total	26,1348	89	2,04045

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Intensi Berwirausaha * Perceived Behavioral Control	Between Groups	(Combined)	133,612	22	6,073	1,722	,047
		Linearity	24,422	1	24,422	6,925	,011
		Deviation from Linearity	109,190	21	5,200	1,474	,118
	Within Groups		232,770	66	3,527		
	Total		366,382	88			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared

Intensi Berwirausaha * Perceived Behavioral Control	,258	,067	,604	,365
---	------	------	------	------

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,76450943
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,087
	Negative	-,064
Test Statistic		,087
Asymp. Sig. (2-tailed)		,094 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Perceived Behavioral Control, Subjective Norm, Personal Attitude ^b		Enter

a. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,927 ^a	,860	,855	,77788

a. Predictors: (Constant), Perceived Behavioral Control, Subjective Norm, Personal Attitude

b. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	314,948	3	104,983	173,496	,000 ^b
	Residual	51,434	85	,605		
	Total	366,382	88			

a. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Perceived Behavioral Control, Subjective Norm, Personal Attitude

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,542	1,239		2,051	0,043
	Personal Attitude	0,133	0,057	0,108	2,333	0,022
	Subjective Norm	0,552	0,03	0,852	18,632	0
	Perceived Behavioral Control	0,035	0,016	0,095	2,272	0,026

a. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	20,4662	29,6458	26,1348	1,89181	89
Residual	-2,22349	2,02575	,00000	,76451	89

Std. Predicted Value	-2,996	1,856	,000	1,000	89
Std. Residual	-2,858	2,604	,000	,983	89

a. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha



Charts

